

## „Wypląnąć na szerokie wody medioznawstwa”

### I edycja Ogólnopolskiego Konkursu na Najlepszą Pracę Magisterską z Wiedzy o Mediach „Medi@stery”

Ogólnopolski Konkurs na Najlepszą Pracę Magisterską z Wiedzy o Mediach „Medi@stery” to pierwszy w Polsce konkurs skierowany do absolwentów kierunków dziennikarskich, którzy w swoich rozprawach zajmują się problematyką medioznawczą. Organizatorem konkursu jest kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna Uniwersytetu Gdańskiego. W 2015 roku odbyła się pierwsza edycja, na którą spłynęły prace z niemal wszystkich ośrodków akademickich kształcących przyszłych dziennikarzy. „Medi@stery” co najmniej z trzech istotnych powodów mają szansę, by się na stałe zapisać w kalendarzu wydarzeń akademickich.

Po pierwsze, trudno dziś o inicjatywy promujące prace młodych naukowców, pozwalające na ich prezentację szerszemu gronu odbiorców. W konkursie młodzi badacze mają szansę przedstawić swoje osiągnięcia doświadczonym medioznawcom z uczelni wyższych całej Polski oraz zweryfikować jakość swoich prac. W tej edycji w skład Kapituły Konkursu pod przewodnictwem prof. dra hab. Wiktora Peplińskiego (Uniwersytet Gdański) weszli m.in. prof. dr hab. Jacek Sobczak (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie), prof. dr hab. Marek Jabłonowski (Uniwersytet Warszawski), prof. dr hab. Iwona Hofman (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie), prof. dr hab. Janusz Adamowski (Uniwersytet Warszawski), dr hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz (Uniwersytet Jagielloński) oraz prof. dr hab. Włodzimierz Gogołek (Uniwersytet Warszawski).

Po drugie, „Medi@stery” mają inspirować ich twórców do dalszego rozwoju – zarówno na niwie praktyki zawodowej, jak i pracy naukowej. Jak twierdzą inicjatorzy konkursu – dr Małgorzata Łosiewicz oraz dr Anna Ryłko-Kurpiewska z Uniwersytetu Gdańskiego – istotą wydarzenia jest zachęcenie laureatów do wykorzystania zdobytej na studiach wiedzy w świecie mediów, zarówno jeśli zechcą być ich praktykami, badaczami, jak i komentatorami. Nazwa konkursu jest symboliczna – pozytywna ocena jakości prac młodych badaczy to przepustka do wyruszenia z portu, wypłynięcia na szerokie wody i odkrywania medialno-naukowego świata.

I wreszcie po trzecie, konkurs promuje medioznawstwo – „stary–nowy” obszar wiedzy, który dopiero od kilku lat figuruje w ministerialnym rozporządzeniu jako dyscyplina naukowa pod hasłem „nauki o mediach”. „Medi@stery” starają się wypełnić lukę wśród konkursów organizowanych dla studentów i popularyzować problematykę medioznawczą. A gra jest warta świeczki, o czym świadczy wysoki poziom prac tegorocznych laureatów. Zwraca uwagę zarówno ważność tematyki przez nich podejmowanej, jak i wnikliwe spojrzenie na świat (nowych mediów oraz wnioski, jakie młodzi badacze wysnuwają z krytycznej analizy współczesnej rzeczywistości medialnej.

27 marca 2015 r. na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego odbyło się wręczenie dyplomów i nagród laureatom I edycji konkursu. Na podium stanęli:

- I Marcin Sanakiewicz z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej z Lublina – praca „Telewizja ponowoczesna: logiki i imaginacje medialne” (napisana pod kierunkiem prof. dra hab. Jana P. Hudzika);
- II Jakub Ochnio z Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, autor pracy „Język komunikowania wizualnego – semantyka, syntaktyka i pragmatyka fotografii” (napisanej pod kierunkiem dra Macieja Ulity);
- III Aleksandra Rabowska z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu: „Wykorzystanie narzędzi marketingu internetowego w polskiej blogosferze kulinarnej” (praca napisana pod kierunkiem dra Adama Szymanika).

Marcin Sanakiewicz, zwycięzca I edycji konkursu, dokonał w swojej pracy interesującej analizy telewizji jako medium, które stara się reagować na zmiany, jakie niesie z sobą postmodernistyczna rzeczywistość. Jednym z przejawów prób dostosowania jest upodobanie do programów z nurtu *real TV*, wśród których odnajdziemy zarówno programy informacyjne, jak i popularne (sic!) *reality shows*, *docu-realities* czy *documentaries*.

Autor we wnikliwy sposób przeprowadza czytelnika – na przykładzie, wydawałoby się, tak odmiennych programów, jak „Fakty”, „Ukryta Prawda” czy „Warsaw Shore” – przez świat telewizji „ponowoczesnej”. Celem tej podróży jest zdefiniowanie tytułowych logik i imaginacji jako „rzeczywistych doświadczeń” nadawców i odbiorców telewizji. Sanakiewicz twierdzi, że „tendencje współczesnej telewizji do «urealniania» swoich programów wydają się dominować zarówno nad jej estetyką, jak i determinują dokonywane przez telewizję wybory narracyjne oraz reprezentacje ideologiczne”<sup>1</sup>.

Jak to „urealnianie” telewizji wygląda w praktyce? Każdy, kto zetknął się z jakimkolwiek dialogiem uczestników programu „Warsaw Shore” lub usłyszał internetowy hit o mięsny jeżu, wie, że *real TV* traktuje rzeczywistość w sposób wyjątkowo brutalny. Według autora nie podejmuje z nią dialogu, lecz zawłaszcza ją i zmienia na swoje potrzeby, zgodnie ze stosowanymi logikami oraz działając zgodnie z własnymi wyobrażeniami o rzeczywistości.

Szczególnością wartościową zwycięskiej pracy jest próba wprowadzenia niewykonywanej dotąd przez badaczy mediów performatyki – czyli metody służącej do analizy działań społeczno-kulturowych – do dyskursu medioznawczego. Zainteresowani będą się mieli okazję dokładniej zapoznać z propozycją autora, gdyż zwycięska praca zostanie opublikowana przez Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.

<sup>1</sup> M. Sanakiewicz. Telewizja ponowoczesna: logiki i imaginacje medialne (maszynopis w moim posiadaniu).



Równie ambitnego zadania – zastosowania nowej metody badawczej – podjął się Jakub Ochnio, laureat II miejsca. Autor powiązał z sobą osiągnięcia kilku dziedzin naukowych: semiologii, antropologii i sztuki fotografii. W swojej pracy magisterskiej zaprezentował możliwości przeniesienia dorobku językoznawców na grunt komunikacji wizualnej. Autor stawia tezę, że w dobie kultury obrazkowej zdjęcia nie są już wyłącznie uzupełnieniem tekstu. Stanowią one, w jego opinii, samodzielny komunikat, będący autonomicznym nośnikiem informacji. W związku z tym fotografię traktuje jako *quasi*-język, bliźniaczy do języka naturalnego, a do jej badania postuluje stosowanie zasad semantyki, syntaktyki i pragmatyki. Autor, za Marshalllem McLuhanem (2001, s. 336), twierdzi, że na naszych oczach dokonuje się retribalizacja języka – wracamy do pierwotnych form komunikowania, czyli pisma obrazkowego. Stąd jego starania, by ten *quasi*-język – nadbudowany na systemie języka naturalnego – uczynić zarówno przedmiotem, jak i narzędziem w badaniach medioznawczych.

Trzecie miejsce w konkursie zdobyła Aleksandra Rabowska, która zajęła się problematyką wykorzystania narzędzi marketingowych przez polskich blogerów kulinarnych. Celem pracy było nie tylko zaprezentowanie wachlarza możliwości budowania własnej marki w internecie, ale też wyodrębnienie mechanizmów wyboru instrumentów promujących blogi kulinarne przez ich autorów. Choć w niektórych momentach Autorka stara się udowodnić dość oczywiste założenia (jedna z jej hipotez dotyczy faktu, że firmy poprzez wykorzystanie potencjału internetu oraz zastosowanie technologii komunikacji cyfrowej osiągają założone cele marketingowe), to warto docenić identyfikację narzędzi oraz przedstawienie praktycznych wskazówek, jak promować blogi.

Nietrudno zauważyć, że w swoich pracach absolwenci dziennikarstwa poruszali się po różnych przestrzeniach medialnych i dotykali różnych zagadnień, ale ich prace prezentowały kilka istotnych z perspektywy każdego badacza medioznawcy wniosków. Przestrzeń medialna, podobnie jak rzeczywistość społeczna, polityczna i gospodarcza, do których się odnosi, stała się płynna, a więc trudna do jednoznacznego określenia. Dlatego też każda próba jej interpretacji wymaga nie tylko interdyscyplinarnego podejścia, czyli czerpania z instrumentów – teoretycznych i badawczych – różnych dyscyplin akademickich, ale także łączenia wiedzy akademickiej z praktyką wyniesioną z pracy w mediach.

Wszyscy laureaci w swoich rozprawach podkreślali wieloletnie doświadczenie w pracy z mediami, dla mediów i w mediach. Marcin Sanakiewicz pisał wprost: „Swoje miejsce w naukowym dyskursie o mediach widzę w połączeniu mojej praktycznej wiedzy o telewizji, którą zdobyłem przez kilkanaście lat pracy jako dziennikarz, redaktor, wydawca i lektor, z teoretycznymi refleksjami nad współczesną kondycją medialną”<sup>2</sup>. Zacytował także kulturoznawcę Mirosława Filiciaka, który wskazuje na potrzebę „wyjścia z za biurka” (Filiciak 2013, s. 43–49), by oprzeć badania medioznawcze na osobistym doświadczeniu. To już nie

<sup>2</sup> M. Sanakiewicz, jw.

jest eksperyment, ale konieczność czasów, by o mediach pisać z perspektywy zarówno użytkownika, jak i twórcy.

Cieszy fakt, że laureaci Konkursu starali się w swoich rozważaniach czerpać z wielu dyscyplin i łączyć różnorodne podejścia. W ten sposób – dzięki interdyscyplinarności i otwartości na istniejące już teorie i praktyki – powstają często nowe propozycje i trendy. Jak pisali Marek Jabłonowski i Tomasz Gackowski, „[...] medioznawstwo jawi się obecnie jako nauka rozdroży, pogranicza, skrzyżowania różnych perspektyw teoretycznych i badawczych, których korzenie sięgają wielu okrzepłych dyscyplin naukowych” (Jabłonowski, Gackowski 2012, s. 17). Nie jest to jednak obciążenie, a zaleta. Nowa wartość – zarówno pod kątem rozpatrywanej tematyki, jak i stosowanej metodologii – powstaje ze zderzenia świeżych pomysłów „młodych” z doświadczeniem „starszych” badaczy. I to właśnie wydaje się najcenniejszym dorobkiem konkursu „Medi@stery” – spójnym z ideą samego medioznawstwa jako nauki.

Magdalena Iwanowska

- Filiciak M. (2013). Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i Internecie. Gdańsk.
- Jabłonowski M., Gackowski T. (2012). Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty. *Studia Medioznawcze*, nr 2 (49), s. 15–24.
- McLuhan M. (2001). Wybór tekstów. Poznań.