

Wydawnictwo
Uniwersytetu Warmińskiego-Mazurskiego
w Olsztynie

**media
kultura
komunikacja
społeczna**

**18
2022**

Tytuł rocznika w języku angielskim: „Media – Culture – Social Communication”

Rada Naukowa

Tomas Axelson (Dalarna University, Sweden), Željka Bagarić (University North, Koprivnica, Croatia), Bernadetta Darska (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie), Marek Haltof (Northern Michigan University, Marquette, USA), Maria Hołubowicz (Grenoble Alpes University, France), Mariola Marczak (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie), David Nicholas (CIBER Research Ltd., UK), Judith Purkarthofer (University of Duisburg-Essen, Germany), Gabriella Racsok (Sárospatak Reformed Theological Academy, Sárospatak, Hungary), Blanca Rodríguez Bravo (University of Leon, Spain), Tatyana Shevyakova (Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Republic of Kazakhstan), Luanne Sinnamon (University of British Columbia, Vancouver, Canada), Asif Ali Syed (Aligarh Muslim University, Aligarh, India), Gabriella Velics (Eötvös Loránd University, Budapest, Hungary), Karsten Weber (Technical University of Applied Sciences, Regensburg, Germany)

Redakcja

Marzena Świгоń (redaktor naczelna)
Urszula Doliwa (redaktor)
Joanna Szydłowska (redaktor)
Marta Więckiewicz-Archacka (redaktor)
Aneta Maciejewska (redakcja językowa tekstów polskojęzycznych)
Mark Jensen (redakcja językowa tekstów angielskojęzycznych)

Recenzenci

Kamil Aksiuto (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie), Monika Białek (Uniwersytet Gdański), Radosław Bomba (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie), Karolina Buczkowska-Gołąbek (Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu), Carole Cusack (University of Sydney, Australia), Katarzyna Gajlewicz-Korab (Uniwersytet Warszawski), Mariusz Guzek (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy), Małgorzata Kisilowska (Uniwersytet Warszawski), Andrzej Klimczuk (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie), Sebastian Kotuła (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie), Janusz Łastowiecki (Uniwersytet Zielonogórski), Katarzyna Łeńska-Bąk (Uniwersytet Opolski), Mariola Marczak (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie), Małgorzata Mołęda-Zdziech (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie), Manat Mussataeva (Abai Kazakh National University, Almaty, Republic of Kazakhstan), Bara Lamine Ndiaye (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie), Helena Popović (Sveučilište u Zagrebu, Croatia), Gabriella Racsok (Sárospatak Reformed Theological Academy, Sárospatak, Hungary), Blanca Rodríguez Bravo (University of Leon, Spain), Ewa Rudnicka (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie), Lidia Rudzińska-Sierakowska (Uniwersytet SWPS), Tatyana Shevyakova (Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Republic of Kazakhstan), Asif Ali Syed (Aligarh Muslim University, Aligarh, India), Sławoj Tanaś (Uniwersytet Łódzki), Maja Wojciechowska (Uniwersytet Gdański), Szymon Żyliński (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie)

Adres redakcji/kontakt

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
ul. Kurta Obiży 1, 10-725 Olsztyn
e-mail: mkks@uwm.edu.pl
platforma cyfrowa: <https://czasopisma.uwm.edu.pl/index.php/mkks>

Projekt okładki

Maria Fafińska
Redakcja wydawnicza
Aneta Maciejewska

ISSN 1734-3801 e-ISSN 2450-081X

© Copyright by Wydawnictwo UWM • Olsztyn 2022

Wydawnictwo UWM
ul. Jana Heweliusza 14, 10-718 Olsztyn
tel. 89 523 36 61, fax 89 523 34 38
www.uwm.edu.pl/wydawnictwo/
e-mail: wydawca@uwm.edu.pl

Nakład: 130 egz., ark. wyd. 18,75, ark. druk. 15,75
Druk: Zakład Poligraficzny UWM w Olsztynie, zam. 291

Spis treści

Marzena Świgoń Słowo od Redaktor Naczelnej	5
---	---

Artykuły

Karsten Weber A contextual discussion on justice, equality and gender in media ethics [Kontekstualna dyskusja na temat sprawiedliwości, równości i płci w etyce mediów]	9
Tanja Kostanjevac, Zeljka Bagaric Accessibility of public health information on the COVID-19 outbreak: Analysis of the first European official TV releases [Dostępność informacji na temat zdrowia publicznego w związku z wybuchem pandemii COVID-19: analiza pierwszych oficjalnych europejskich przekazów telewizyjnych]	23
Tatyana Shevyakova Image media topics in the mass media of the Republic of Kazakhstan [Tematyka wizerunku w środkach masowego przekazu Republiki Kazachstanu]	41
Gabriella Rácsok Some thoughts on film as a possible means in the mission of the church in the context of today's changing religiosity [Kilka refleksji na temat filmu jako elementu misji Kościoła w kontekście zmieniającej się obecnie religijności]	55
Maria Hołubowicz Promowanie różnorodności i pluralizmu w mediach we Francji: działania regulatora na coraz bardziej skoncentrowanym rynku medialnym	69
Marzena Świgoń, Ewa Głowacka, Małgorzata Kisilowska-Szurmińska Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons (Web of Science) – szczegółowa analiza obecności reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach	83
Maja Wojciechowska Struktura i kierunki działania IFLA w świetle strategii na lata 2019–2024	103
Piotr Małczyński Smakując inność. Pop-etnografia jedzenia w programie podróżniczym <i>Szukujące potrawy</i>	119
Urszula Sawicka <i>Mukbang</i> i <i>food challenge</i> , czyli o jedzeniu w serwisie YouTube	133
Tomasz Poborca Hipoteza postmodernistycznego obrazu	153
Kinga Sygizman Przestrzeń dźwiękowa Litzmannstadt Ghetto. Reportaże radiowe Joanny Sikorzanki	171

Karolina Burno-Kaliszuk	
Melania, Taylor i Kylie po polsku. Amerykańskie celebrytki w przekazach polskich portali plotkarskich w 2020 roku	185
Daniel Sołtysiak	
Medialaby w perspektywie kultury wernakularnej. Analiza wybranych cech polskich instytucji	201
Katarzyna Szklarek-Zarębska	
Motywy starości, przemijania i śmierci w twórczości Waldemara Modestowicza na przykładzie słuchowisk <i>Drugi pokój</i> , <i>Starość jest piękna</i> i <i>Sprzątanie</i>	215
Recenzje i komunikaty	
Urszula Doliwa	
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim ma 20 lat!	231
Marzena Świgoń	
Studia podyplomowe Bibliotekoznawstwa i informacji naukowej na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie – geneza i aktualna oferta	235
Martyna Siudak	
O technologii, która może przejąć nad nami kontrolę	237
Autorzy	243
Table of Contents	247

Słowo od Redaktor Naczelnej

Osiemnasty numer naszego czasopisma „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” [Media – Culture – Social Communication] wydajemy w 20. rocznicę powstania kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na UWM w Olsztynie. Numer ten został przygotowany przez cztery naukowczynie z Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej: Urszulę Doliwę, Joannę Szydłowską, Martę Więckiewicz-Archacką, a także przeze mnie.

Jest to szczególny tom w historii rocznika, ponieważ do jego powstania zaprosiliśmy zagranicznych członków naszej powołanej przed rokiem Międzynarodowej Rady Naukowej MKKS. Tak więc w tym numerze znajdują się teksty autorstwa: Karstena Webera z Niemiec, Željki Bagarić z Chorwacji (współautor), Tatyany Shevyakovej z Kazachstanu, Gabrielli Racsok z Węgier oraz Marii Hołubowicz z Francji. Cztery pierwsze są w języku angielskim, a ostatni po polsku.

Pozostałe teksty w języku polskim zostały wybrane z nadesłanych do Redakcji – autorstwa badaczy zarówno po raz pierwszy publikujących na łamach naszego czasopisma, jak i stale z nami współpracujących.

Zapraszamy do dalszej współpracy wszystkich zainteresowanych szeroko rozumianą problematyką mediów, informacji, komunikacji i kultury.

Marzena Świgoń
Kwiecień 2022

From the Editor-in-Chief

The eighteenth issue of our journal “Media – Culture – Social Communication” is published on the 20th anniversary of Journalism and Social Communication at the University of Warmia and Mazury in Olsztyn. This issue was prepared by four academics from the Institute of Journalism and Social Communication: Urszula Doliwa, Joanna Szydłowska, Marta Więckiewicz-Archacka and myself.

This is a special issue in the history of the yearbook because we have invited foreign members of the our International Scientific Council MCSC, which was established a year ago, to contribute to it. Thus, this issue includes texts by Karsten Weber from Germany, Željka Bagarić from Croatia (co-author), Tatyana Shevyakova from Kazakhstan, Gabriella Racsok from Hungary and Maria Hołubowicz from France. The first four texts are in English, and the last text is in Polish.

The remaining texts in Polish were selected from those sent to the editorial office by new researchers and those who have been cooperating with us in the past.

We invite further cooperation with all those interested in issues of media, information, communication and culture.

Marzena Świgoń
April 2022

Artykuły

Karsten Weber

ORCID: 0000-0001-8875-2386

Ostbayerische Technische Hochschule Regensburg

A contextual discussion on justice, equality and gender in media ethics

Keywords: justice, equality, gender, media ethics, professional ethics, journalism

Słowa kluczowe: sprawiedliwość, równość, gender, etyka mediów, etyka zawodowa, dziennikarstwo

Justice in media ethics: The undiscovered country

If one wants to get an overview of the connection between media and justice and starts researching, one will encounter some challenges. These begin with the fact that when using general and specialized search engines and searching for, for instance, “justice media”, innumerable references are shown, which mainly address the topic of how media could contribute to the provision of justice in general (cf. the contributions in Pooley et al., 2013). Another frequently addressed issue is that of ownership of information and knowledge (e.g., the papers in Thomas & Nain, 2004 or Haynes, 2005). By contrast, only a rather small number of findings are shown that refer to texts in which such important normative questions are raised as those about what idea of justice should be embodied in the media itself or in which it is investigated, on an empirical basis, what ideas of justice are pursued by people working in the media. Likewise, there are hardly any papers dealing with which institutional arrangements would have to be in place to create space for this or that conception of justice in the context of the media, or how the respective institutional settings support or undermine normative claims in real life (one of the few exemptions is Siim (2016), but this paper does not refer explicitly to journalism as a profession). If one still wants to find research that addresses all these issues in relation to gender justice, the selection of usable references becomes even smaller. The majority of papers addressing gender equality are about women and how they are reported on, not about how women are represented in the media, for instance, as employees or in leadership positions. It is noteworthy that the few exceptions that can be found are empirical studies and media ethics works

are lacking (e.g. de Vuyst & Raeymaeckers, 2019; the papers in Djerf-Pierre & Edström, 2020; Rush et al., 2005).

If one attempts to supplement and deepen this by no means complete research, for instance, through an examination of corresponding scholarly works on media ethics, whether as essays, monographs, or edited volumes, a quite similar picture will emerge, perhaps even more pronounced. One finding will be that a systematic theoretical foundation of media ethics is rarely to be found, and when it does emerge, it is almost always based on theoretical approaches to individual ethics (cf. Weber, 2014). Certainly, there are contributions on the issues outlined above, and one comes across them in a somewhat roundabout way during a search, but surprisingly, their number is not as large as one might expect. This observation is all the more astonishing, since there is an extensive debate on issues such as informational justice, for example, about the digital divide or within the context of discussions on freedom of information and intellectual property rights (e.g. Drahos & Braithwaite, 2002). Particularly regarding the digital divide, gender-sensitive considerations from both media ethics and sociology of media perspective are common, often taking into account, for instance, the specific situation of migrants. However, the corresponding research is not specifically aimed at journalism as profession, but rather addresses political decision-makers.

Beyond the observation that such research can at best represent a snapshot of current debates, no research into the causes of this discrepancy is intended or possible here. Yet, one assumption should nevertheless be made: In the context of the informational justice debate, information is often understood, following Rawls' conception in "A Theory of Justice" (1999), as a social good that must be fairly distributed (cf. Hoffmann, 2017; Mathiesen, 2015). This being the case, it is easy to agree that the distribution of information in terms of a social good must obey Rawlsian principles of justice. In the case of the digital divide, for example, this would mean that action must be taken to ensure that those who do not have access to information can obtain it in the future. However, the strength and at the same time the weakness of such an approach is that it circumvents any discussion of the question of what that information is about (cf. Weber, 2014). For, to outline it roughly with an example, an equal distribution of private or intimate information, of secrets worthy of protection, would already intuitively make no sense – not everybody is entitled to have access to any information. The question of who should have access to what information under what circumstances cannot be answered simply by pointing to a fair distribution. By whatever standards – more argumentative effort must be expended here to be able to provide convincing answers that would be just as useful for the foundation of media ethics as for instructions for the professional conduct of journalists.

This effort cannot be avoided, especially in the context of the debate about (gender) justice and equality in the media. For media organizations most often have an agenda. Depending on, for instance, the medium itself, the people who work in media companies, or the people who own, manage, or shape the respective

media company or organization – each media organization reports in a very specific way about the world, about the events taking place in it, and about the people who live in it. Therefore, questions arise about whether it is fair that certain people have their say in the media and others do not? Is it just that people are reported on along stereotypes? Is it fair that a few people control what the rest of the population is told through the media and that certain groups or institutions exercise control over the media, but others do not? Is it just that gender inequalities also exist in the media or, better to say, in media companies and organizations? Such and many other questions about (in)equality as an expression of a particular conception of justice cannot and must not go unanswered from a systematic perspective in the context of the debate about justice, equality, and the media. However, the situation becomes much more complex if one takes into account the extensive debates on equality and justice in general to find answers, because the number of different and frequently contradictory concepts of equality and justice is known to be very large. Indeed, the situation is even worse: some voices consider the notion of equality to be an “empty idea” (e.g. Westen, 1982; an overview of different strategies of critique of the concept of equality can be found in Anderson, 1999 and Wolff, 2007). Others think that equality and justice in general (e.g. Kane, 1996) or certain forms of equality and justice (e.g. Cavanagh, 2003; Nozick, 1974; Sinopoli, 1994; Stanley, 1977) are incompatible.

However, this certainly incomplete list of questions raised when seeking an adequate conception of equality and/or justice for media and for media ethics is still too abstract to be answered. Therefore, in what follows, an attempt will be made to develop questions with a stronger orientation towards practice, so that answers can be found which are fertile for the debates about justice and equality in the context of media ethics: What are the social goods that are (un)equally and/or (un)fairly distributed from a media ethics perspective? Could these social goods be redistributed? Should these social goods be redistributed? What should be the purpose of redistribution? What are the (moral) arguments for or against it? Even if these questions were answered, however, we would still not have addressed gender (in)equality in the media and the (in)justice that goes along with it. It will become apparent, however, that from the outset an enlightened debate about equality and justice must always take gender aspects into account to avoid being deficient. Since these remarks and questions already constitute the preliminary decision that, from a media ethics perspective, it is worthwhile or even necessary to take equality and justice into account concerning the foundation of media ethics, the next two sections will first illustrate that the idea of equality in particular as a prerequisite for the very possibility of justice has been and continues to be highly controversial in political philosophy. It must be emphasized that only a small portion of recent and ongoing debates concerning equality and justice can be presented in this paper; for example, issues such as intersectionality, global media ethics, or intercultural aspects are addressed only briefly, if at all.

Against equality, in favor of justice?

After John Rawls published his seminal work “A Theory of Justice” in 1971, a controversial but also extremely fertile debate began about the proper conception of justice in political philosophy. Subsequently, completely opposing concepts were developed, but also details were tweaked, for example, to improve Rawls’s approach. As an example of the development of a counter-narrative, one can mention, for example, Peter Westen, who in his essay “The Empty Idea of Equality” depicts equality as a superfluous notion:

I try in this Article to establish two propositions: (1) that statements of equality logically entail (and necessarily collapse into) simpler statements of rights; and (2) that then the additional step of transforming simple statements of rights into statements of equality not only involves unnecessary work but also engenders profound conceptual confusion. Equality, therefore, is an idea that should be banished from moral and legal discourse as an explanatory norm (Westen, 1982, p. 542).

If one follows Peter Westen, then all that needs to be settled is what (moral) rights persons must have for justice to be established; but from this arises the question of what rights are and to whom they belong. The libertarian answer is that only unrestricted capitalism can protect the freedom and rights of citizens. From this point of view, redistribution through taxation and subsidies is an infringement on the rights of individuals that cannot be morally legitimized. Therefore, the rights of individuals may only be interfered with to maintain individual freedom, protect order and individual rights – redistribution of social goods for, for example, fighting poverty, supporting disadvantaged groups, or, for that matter, organizing public cultural events are morally reprehensible. If one extends these considerations to the labor market in general, the labor market concerning the media in particular, or to the question of the content that should be conveyed through the media, then one must refine the corresponding arguments somewhat. But, in principle, the libertarian position amounts to saying that the state has no moral right whatsoever to ensure, for example, a quota for women or for quotas concerning reporting on minorities using the law. From a libertarian perspective, paradigmatically found in Robert Nozick (1974, p. ix), such measures would be unjustifiable interventions by the state: “[...] a minimal state, limited to the narrow functions of protection against force, theft, fraud, enforcement of contracts, and so on, is justified; that any more extensive state will violate persons’ rights not to be forced to do certain things, and is unjustified [...]”.

If one accepts this line of argumentation, it would, for example, be unjust to force a media company to ensure a 30% quota of women on the board of directors or a 50% quota of women in the total workforce. Of course, this can be extended to the effect that any compulsion to make quotas, for instance, to take ethnic and/or religious minorities into account concerning the workforce or broadcast minutes, perhaps according to the proportion of these minorities

in the total population, would be a morally illegitimate interference with the rights of the owners of such companies. Nozick, and with him other libertarian scholars, would question whether a given unequal distribution of these social goods – jobs or public visibility – is fundamentally unjust. If, their argument goes, the respective distribution came about through the voluntary actions of those involved, then from a libertarian point of view it would not be unjust and therefore should not be corrected by coercive measures. Such measures would always be aimed at certain patterns of distribution of social goods (called “patterned distribution”, see Nozick, 1974, p. 155ff), which, however, would be difficult to justify. Some scholars in the libertarian camp go even further and – at least in the form of book titles – put nothing less than the holy grail of the equality debate up for grabs and, like Matt Cavanagh (2003), oppose “[a]gainst equality of opportunity”. This is a positioning that calls into question the building blocks of justice built with the help of laws and regulations in all Western countries, be it in the area of the advancement of women or the debate on the inclusion of migrants or handicapped persons. For Cavanagh, all that remains of equal opportunity is the prohibition of discrimination. He squarely rejects all other redistributive measures aimed at actively creating equal opportunity in terms of access to social goods. If one relates this to media, then from Cavanagh’s point of view supportive measures for equal access to the media labor market, to public arenas in terms of visibility in the media, or to balanced reporting in the media are to be rejected.

Even beyond libertarian thinking, important arguments against the idea of equality can be found. Carol Gilligan (1993; cf. Gaughran, 1998) argues against the abstract idea of equality in liberalism from a feminist point of view. The queer debate points out that it is precisely the inequality of people, e.g. concerning their sexuality, which needs to be strengthened, because inclusion could lead to a loss of visibility of otherness (cf. the contributions in Conrad, 2014). With Michael Walzer (1983), one can argue for spheres of justice that are (and should be) precisely not characterized by considerations of equality in the liberal sense; likewise, one can find references in the debate to the wide-ranging ethnic, cultural, religious, and social differences that make the achievement of equality seem impossible. Chandran Kukathas’ (2002, p. 185; see also Ahmed, 2006 and Benhabib, 2002) views are representative of such arguments against the idea of equality:

The foundations of human inequality lie in the fact of human diversity, or in the human tendency to differentiate from some while associating with others to form groups. The diversity which results from association and differentiation makes equality unattainable. Diversity and equality are incompatible, and attempts to promote one can only be made at the expense of the other. In these circumstances, we should abandon the ideal of equality as incapable of offering us an adequate understanding of the nature of the good society.

A good society, as this quote can be interpreted, exists because of the diversity of the people living in it in terms of gender, ethnic origin, sexual orientation,

culture, religion, and many other aspects. To disregard this, he argues, is to lose the very possibility of building a good society, or even of forming civic communities that are defined precisely by certain characteristics that identify their members. One could even argue that a fully egalitarian society could only exist if there were no civil society entities such as clubs, associations, or religious congregations in that society since membership or non-membership would always create an inclusion-exclusion relationship, which in turn constituted inequality. An important source of rights (which often arise from membership in a particular group and are not granted to people not belonging to it), which is important for communitarian approaches, for example, is therefore seen by Sunstein (1996) in the appeal to traditions as a normative starting point. However, this is rather static in comparison to evolutionary approaches of a libertarian character, e.g. in Hayek, as well as to contractarian positions as in Rawls. Tradition provides the interpretive background for current conflicts and is not the basis of adaptation to changing conditions, as should be the case from a libertarian and, for that matter, also a liberal point of view: “When constitutionalism is working well, rights are a product of a search for reflective equilibrium [...] Rights are not a product of a search for tradition” (Sunstein, 1996, p. 228) This static character then entails that a critique of the prevailing norms proves difficult. Particularly in professions that boast a long tradition – and journalism undoubtedly belongs to this category – and that are ultimately constituted as professions by these traditions, challenging the normative foundations of the profession is therefore always a challenge to the profession itself. This may be one reason why justice and equality have not played a major role in media ethics for so long: The profession would then have to call its traditions and unspoken normative foundations into question, and thus perhaps the profession itself.

Equality and justice!

Of course, the aforementioned standpoints are by no means the only ones that have been advocated for in the wider debate about equality and justice. Although anti-egalitarian ideas are not new in the history of philosophy – one only has to think of Nietzsche – they have become topical again in recent times, especially because they are explicitly directed against John Rawls’ conception of justice as fairness, which, for good or bad, still essentially dominates the debate on justice and equality today. Rawls (1999, p. 3) begins his seminal book in the very first paragraph of the first chapter with a bold statement: “Justice is the first virtue of social institutions, as truth is of systems of thought”. Thus, all actions that social institutions initiate and carry out must ultimately be aimed at establishing justice for the citizens of a society. A society whose social institutions are dedicated to this aim and whose members agree with and support the conception of justice underlying this aim is what Rawls calls

“well-ordered” (Ibidem, p. 4): “Now let us say that a society is well-ordered when it is not only designed to advance the good of its members but when it is also effectively regulated by a public conception of justice. That is, it is a society in which (1) everyone accepts and knows that the others accept the same principles of justice, and (2) the basic social institutions generally satisfy and are generally known to satisfy these principles”.

Rawls is aware of the fact that such agreement tends to be empirically non-existent, but that the respective specific conceptions of justice of individual people may differ (drastically) from each other (Ibidem, p. 5). But nevertheless, Rawls believes, these people may agree on a certain role of institutions and, if the institutions fulfill their task, regard them as just. In this case, Rawls (1999, p. 340; see also Rawls, 1987; 1989) speaks of an “overlapping consensus”. Herbert L.A. Hart (1994, p. 159) in turn sees the function of social institutions as being that “[t]he general principle latent in these diverse applications of the idea of justice is that individuals are entitled in respect of each other to a certain relative position of equality or inequality. This is something to be respected in the vicissitudes of social life when burdens or benefits fall to be distributed; it is also something to be restored when it is disturbed”.

From this perspective, social institutions must be designed in such a way that people’s fundamental rights, as well as their duties, are distributed in such a manner that no distinctions are made based on morally irrelevant characteristics of the people concerned, such as gender or ethnic origin. In addition, it is the task of just institutions to find a solution for the problem of collisions of claims and rights that is fair and can be considered acceptable by all those affected. All approaches in political philosophy inspired by the work of John Rawls include the idea that social goods have to be redistributed to be able to speak of a just society.

Some of the key questions mentioned above have been answered by what has been said so far, but many remain unanswered: What are the basic social goods that are to be redistributed from the point of view of media ethics and media practice? Rawls (and other authors) do not address the question of fair reporting or quotas; here, theoretical efforts would first have to be made, for example, to adapt Rawls’s two principles of justice and make them applicable to media ethics. Concerning quotas, the discussions from the context of “affirmative action” (e.g. Durlauf, 2008; Dworkin, 2000; Goff, 1976; Moses, 2006) could certainly be adapted to media ethics considerations. Yet, with regard to gender, ethnic origin, and/or other criteria, it would then have to be clarified, for example, how this could be reconciled with the meritocratic aspects of Rawlsian theory. Moreover, all the – more than justified – criticisms directed at Rawls’ conception of justice and equality from a feminist perspective would have to be taken into account (paradigmatically Okin, 1987; 1994; 2005). This would start with a gender-sensitive language and would by no means end with the consideration of the social employment and income structures or ways of life, which have changed considerably compared to the 1970s (cf. Abbey, 2007).

As already indicated in the previous section, one can fundamentally question whether justice and equality can be reconciled with each other. Yet, one can radicalize this skepticism even further and ask whether adherence to a liberal social order within the framework of a capitalist economic order does not fundamentally prevent equality and justice from being implemented at all (e.g. Fraser, 1997) – and therefore prevent equality and justice in domains like the media and professions like journalism. In other words: We might have to recognize that the above-mentioned questions concerning equality and justice cannot satisfactorily be answered from a media ethics point of view as long as media ethics is thought within the framework of the prevailing social and economic order instead of radically calling it into question. It is doubtful, however, whether a profession that reflects on its normative principles inherent to this profession has a mandate to undertake such fundamental considerations. Whether more recent social phenomena such as citizen journalism (on various aspects of citizen journalism, see, e.g., Blaagaard, 2013; Goode, 2009; Meadows, 2013) can help in this regard and to improve equality and justice in the media remains to be seen. Since these are still rather isolated phenomena without broad impact, it can at least be argued that the people engaged in citizen journalism currently also lack the legitimacy to represent general moral claims. Nonetheless, the mere existence of such developments can be seen as a sign of unease about a profession whose credibility and legitimacy have not been undisputed for some time.

Justice in media ethics: Some tentative conclusions

On old maps, e.g. of the Middle Ages, one finds images of dragons and sea monsters in those areas that were considered completely unexplored or about which hardly anything was known at that time. Such mythical figures will not be encountered when dealing with justice in media ethics. Nevertheless, the connection between theories of justice on the one hand and media ethics on the other hand is rather poorly understood. This is not so much because theorizing about justice and equality is insufficient, quite the contrary. Even the earliest written evidence, for example in ancient Greek philosophy, testifies to the fact that the establishment of justice and/or equality has always been one of the central issues both at the level of groups and societies and increasingly also of the world population. The only problem is that the answers to these questions, both from a historical and a systematic perspective, are very different and even contradictory. To put it maliciously, one could go so far as to say that the people of each epoch came up with such conceptions of justice and/or equality that could either justify the prevailing property and power relations as well as the people in power, according to their interests. In other, more constructive, words: There is not a lack of (basic) theory on justice and equality, but a decision for an appropriate approach for implementation in media ethics.

This applies equally to those working in the media as well as to those who practice media ethics, in particular when it comes to media practice. If justice in media is not about the mere redistribution of information, but about equal access to media and, above all, to the public, many closure mechanisms that are almost jealously guarded in journalism as a profession and by journalists are difficult to justify (cf. Weber, 2014). When it comes to gender justice in the context of job opportunities, for instance, there is no need for a separate debate – after all, there is an elaborate socially and politically conducted discussion here. When it comes to non-discriminatory reporting, there is a long-running debate about the limits of freedom of expression (some would rather say: about political correctness) or about how to deal with and compensate for the harms of freedom of expression (e.g. McGregor, 1997; Meyers, 1997). Answers to many of the questions raised in the previous paragraphs exist in large numbers; one would only have to make use of them and turn them into considerations applicable in media ethics.

However, this still fails to decide which conception of justice and equality should be integrated into media ethics. Yet, it is precisely this question that is the most difficult to answer, because something comes into play here that perhaps also seems to have gone out of fashion given the (social) constructivism that is widespread in journalism as well as in media and communication studies: truth (cf. Pörksen, 2008; Pörksen, 2011; see for criticism on constructivism e.g. Wright, 2011. Since, for instance, Christians, 2019, p. 133ff emphasizes objectively telling the truth as a paramount priority in journalism, the problem mentioned here might be confined to Germany). The corresponding conflict can only be hinted at here. If, for instance, one looks at the press code of the German Press Council, one would learn that it contains the following sentence under Section 1: “Respect for the truth, preservation of human dignity and accurate informing of the public are the overriding principles of the Press” (German Press Council, 2017). Quite obviously, the search for truth, the protection of human dignity, and truthful reporting were once supreme imperatives of professional journalism, not equality and/or justice in the media. Now, if one from a constructivist point of view denies the possibility of truthful reporting in an objectivist-realist sense, the only orientation left for journalists are the standards inherent in the profession. However, the possibility of speaking the truth, as well as the orientation towards such standards inherent to the profession, presupposes that journalists, particularly in public broadcasting, which is not supposed to be subject to the economic constraints of private media, enjoy far-reaching independence. It could therefore certainly lead to a credibility problem for the media if they were primarily concerned with themselves and their internal constitution. It also would be a problem for credibility if they were merely discussing which persons and/or social groups must be represented in the media and in what numbers to be able to take into account a concept of equality and justice, however conceived, concerning the presence in the (mass) media.

Last but not least, given (not only) the terrorist attacks on the editorial office of Charlie Hebdo in Paris and debates about the scope of freedom of expression

that has thus been rekindled, it must be considered carefully how claims concerning equality and justice can be brought into balance with attempts to safeguard freedom of expression in particular and civil liberties in general. If, for example, considerations of fairness or justice call for a certain form of reporting or, more generally, of journalistic activity that takes cultural particularities into account (e.g. Hamada, 2016; Malik, 2011; Metz, 2015), then it is not at all necessary to take a radical stance concerning the scope of freedom of expression in order to recognize the conflict concerning the relationship of equality, justice, truth, and freedom (cf. Zick, 2017). In this regard, too, different answers have been given over time (cf. Barbrook, 1995), but so far, they have hardly been incorporated into debates on media ethics. This would require a painful self-assurance of the normative foundations of the journalistic profession, which could lead to the realization that journalism as a profession cannot – perhaps even must not – fulfill all (entirely justified) normative demands emerging in society. If the primary professional demands of journalism concerning truth, independence, and impartiality were to change priority, this would presumably call into question the legitimacy of journalism as profession and this would probably also affect media ethics, insofar as it is professional ethics.

References

- Abbey, Ruth (2007). Back toward a comprehensive liberalism? Justice as fairness, gender, and families. *Political Theory*, 35(1), 5–28. <https://doi.org/10.1177/0090591706295052>.
- Ahmed, Rukhsana (2006). The claims of culture: Equality and diversity in the global era. *Journal of Communication Inquiry*, 30(1), 84–86. <https://doi.org/10.1177/0196859905280956>.
- Anderson, Elisabeth S. (1999). What is the point of equality? *Ethics*, 109(2), 287–337.
- Barbrook, Richard (1995). *Media freedom: The contradictions of communication in the age of modernity*. London: Pluto Press.
- Benhabib, Seyla (2002). *The claims of culture: Equality and diversity in the global era*. Princeton: Princeton University Press.
- Blaagaard, Bolette B. (2013). Shifting boundaries: Objectivity, citizen journalism and tomorrow's journalists. *Journalism*, 14(8), 1076–1090. <https://doi.org/10.1177/1464884912469081>.
- Cavanagh, Matt (2003). *Against equality of opportunity*. Oxford: Clarendon.
- Christians, Clifford G. (2019). *Media ethics and global justice in the digital age*. Cambridge: Cambridge/United Kingdom: University Press.
- Conrad, Ryan (ed.) (2014). *Against equality: Queer revolution, not mere inclusion*. Edinburgh: AK Press.
- Djerf-Pierre, Monica and Edström, Maria (eds.) (2020). *Comparing gender and media equality across the globe. A cross-national study of the qualities, causes, and consequences of gender equality in and through the news media*. Göteborg: Nordicom.
- Drahos, Peter and Braithwaite, John (2002). *Information feudalism: Who owns the knowledge economy?* New York: New Press.
- Durlauf, Steven N. (2008). Affirmative action, meritocracy, and efficiency. *Politics, Philosophy and Economics*, 7(2), 131–158. <https://doi.org/10.1177/1470594X08088726>.
- Dworkin, Ronald (2000). Affirmative action: Is it fair? *The Journal of Blacks in Higher Education*, 28, 79–88.
- Fraser, Nancy (1997). *Justice interruptus: Critical reflections on the “postsocialist” condition*. New York: Routledge.

- Gaughran, Laurie (1998). Gender reflection: Reconciling feminism and equality. *Philosophy and Social Criticism*, 24(5), 37–51. <https://doi.org/10.1177/019145379802400502>.
- German Press Council (2017). *German Press Code. Guidelines for journalistic work as recommended by the German Press Council*, [online]. Presserat.de. Access: <https://www.presserat.de/pressekodex.html?file=files/presserat/dokumente/pressekodex/Pressekodex2017english.pdf> [18.06.2021].
- Gilligan, Carol (1993). *In a different voice: Psychological theory and women's development* (29th edition). Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press.
- Goff, Edwin L. (1976). Affirmative action, John Rawls, and a partial compliance theory of justice. *Philosophy and Social Criticism*, 4(1), 43–59. <https://doi.org/10.1177/019145377600400103>.
- Goode, Luke (2009). Social news, citizen journalism and democracy. *New Media and Society*, 11(8), 1287–1305. <https://doi.org/10.1177/1461444809341393>.
- Hamada, Basyouni Ibrahim (2016). Towards a global journalism ethics model: An Islamic perspective. *The Journal of International Communication*, 22(2), 188–208. <https://doi.org/10.1080/13216597.2016.1205506>.
- Hart, Herbert L.A. (1994). *The concept of law* (2nd edition). Oxford: Oxford University Press.
- Haynes, Richard (2005). *Media rights and intellectual property*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hoffmann, Anna Lauren (2017). Beyond distributions and primary goods: Assessing applications of Rawls in information science and technology literature since 1990. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68(7), 1601–1618. <https://doi.org/10.1002/asi.23747>.
- Kane, John (1996). Justice, impartiality, and equality: Why the concept of justice does not presume equality. *Political Theory*, 24(3), 375–393.
- Kukathas, Chandran (2002). Equality and Diversity. *Politics, Philosophy and Economics*, 1(2), 185–212. <https://doi.org/10.1177/1470594X02001002002>.
- Malik, Maleiha (2011). Religious freedom, free speech and equality: Conflict or cohesion? *Res Publica*, 17(1), 21–40. <https://doi.org/10.1007/s11158-011-9141-7>.
- Mathiesen, Kay (2015). Informational justice: A conceptual framework for social justice in library and information services. *Library Trends*, 64(2), 198–225. <https://doi.org/10.1353/lib.2015.0044>.
- McGregor, Joan (1997). All word are not created equal. In: May, Larry, Sistare, Christine and Schonsheck, Jonathan (eds.). *Liberty, equality, and plurality*. Lawrence: Kansas University Press, 247–256.
- Meadows, Michael (2013). Putting the citizen back into journalism. *Journalism*, 14(1), 43–60. <https://doi.org/10.1177/1464884912442293>.
- Metz, Thaddeus (2015). African ethics and journalism ethics: News and opinion in light of Ubuntu. *Journal of Media Ethics*, 30(2), 74–90. <https://doi.org/10.1080/23736992.2015.1020377>.
- Meyers, Diana Tietjens (1997). A nonputative, compensatory remedy for discriminatory abusive Speech. In: May, Larry, Sistare, Christine and Schonsheck, Jonathan (eds.). *Liberty, equality, and plurality*. Lawrence: Kansas University Press, 247–256.
- Moses, Michele S. (2006). Why the affirmative action debate persists: The role of moral disagreement. *Educational Policy*, 20(4), 567–586. <https://doi.org/10.1177/0895904806289001>.
- Nozick, Robert (1974). *Anarchy, state, and utopia*. New York: Basic Books.
- Okin, Susan Moller (1987). Justice and gender. *Philosophy and Public Affairs*, 16(1), 42–72.
- Okin, Susan Moller (1994). Political liberalism, justice, and gender. *Ethics*, 105(1), 23–43.
- Okin, Susan Moller (2005). “Forty acres and a mule” for women: Rawls and feminism. *Politics, Philosophy and Economics*, 4(2), 233–248. <https://doi.org/10.1177/1470594X05052540>.
- Pooley, Jefferson, Taub-Pervizpour, Lora and Jansen, Sue Curry (eds.) (2013). *Media and social justice*. New York: Palgrave.
- Pörksen, Bernhard (2008). The ideal and the myth of objectivity: Provocations of constructivist journalism research. *Journalism Studies*, 9(2), 295–304. <https://doi.org/10.1080/14616700701848451>.
- Pörksen, Bernhard (2011). *The creation of reality: A constructivist epistemology of journalism and journalism education*. Exeter: Imprint Academic.
- Rawls, John (1987). The idea of an overlapping consensus. *Oxford Journal for Legal Studies*, 7(1), 1–25.
- Rawls, John (1989). The domain of the political and overlapping consensus. *New York University Law Review*, 64(2), 233–255.

- Rawls, John (1999). *A theory of justice* (Revised edition, 2nd printing). Cambridge/Massachusetts: Belknap.
- Rush, Ramona R., Oukrop, Carol E. and Sarikakis, Katharina (2005). A global hypothesis for women in journalism and mass communications: The ratio of recurrent and reinforced residuum. *Gazette*, 67(3), 239–253. <https://doi.org/10.1177/0016549205052226>.
- Siim, Birte (2016). Feminist challenges to the reframing of equality and social justice. *NORA – Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 24(3), 196–202. <https://doi.org/10.1080/08038740.2016.1246109>.
- Sinopoli, Richard C. (1994). Associational freedom, equality, and rights against the state. *Political Research Quarterly*, 47(4), 891–908. <https://doi.org/10.1177/106591299404700407>.
- Stanley, John (1977). Equality of opportunity as philosophy and ideology. *Political Theory*, 5(1), 61–74. <https://doi.org/10.1177/009059177700500104>.
- Sunstein, Cass R. (1996). Against tradition. In: Paul, Ellen Frankel, Miller Jr., Fred D. and Paul, Jeffrey (eds.). *The communitarian challenge to liberalism*. Cambridge/Massachusetts: Cambridge University Press, 207–228.
- Thomas, Pradip and Nain, Zaharom (eds.) (2004). *Who owns the media? Global trends and local resistances*. London: Palgrave.
- Vuyt, Sara de and Raeymaeckers, Karin (2019). Gender as a multi-layered issue in journalism: A multi-method approach to studying barriers sustaining gender inequality in Belgian newsrooms. *European Journal of Women's Studies*, 26(1), 23–38. <https://doi.org/10.1177/1350506817729856>.
- Walzer, Michael (1983). *Spheres of justice: A defense of pluralism and equality*. New York: Basic Books.
- Weber, Karsten (2014). Wider die Medienethik als Professionsethik: Der Versuch einer Verankerung in der politischen Philosophie. In: Maring, Matthias (ed.). *Bereichsethiken im interdisziplinären Dialog*. Karlsruhe: KIT Scientific Publishing, 383–402.
- Westen, Peter (1982). The empty idea of equality. *Harvard Law Review*, 95(3), 537–596.
- Wolff, Jonathan (2007). Equality: The recent history of an idea. *Journal of Moral Philosophy*, 4(1), 125–136. <https://doi.org/10.1177/1740468107077389>.
- Wright, Kate (2011). Reality without scare quotes: Developing the case for critical realism in journalism research. *Journalism Studies*, 12(2), 156–171. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.509569>.
- Zick, Timothy (2017). The dynamic relationship between freedom of speech and equality. *Duke Journal of Constitutional Law and Public Policy*, 12(2), 13–75.

Summary

If the concept of justice and equality is to be integrated into media ethics in a gender-sensitive way, it must be clarified which concept of justice and/or equality is to be adapted from the broad spectrum of political and social philosophy. In some theories of justice, the concept of equality plays an important positive role, while others deny that justice goes along with equality. In the following paper, this complexity and ambiguity will be outlined to show how conceptions of justice and equality affect gender-relevant debates in the media and media ethics. To this end, however, it must be determined which social goods should or must be addressed if justice and equality are to be integrated into media ethics. As a tentative conclusion, it should be noted that the consideration of gender-sensitive concepts of justice and equality in media ethics as professional ethics of journalism could lead to a challenge of the norms and values intrinsic to the profession and thus to the profession itself.

Kontekstualna dyskusja na temat sprawiedliwości, równości i płci w etyce mediów

Streszczenie

Jeśli koncepcja sprawiedliwości i równości z uwzględnieniem płci ma zostać włączona do etyki mediów, należy wyjaśnić, jaka koncepcja sprawiedliwości i/lub równości ma zostać zaadaptowana z szerokiego spektrum filozofii politycznej i społecznej. W niektórych teoriach sprawiedliwości pojęcie równości odgrywa ważną rolę, podczas gdy inne zaprzeczają, że sprawiedliwość idzie w parze z równością. W artykule zarysowano tę złożoność i niejednoznaczność, aby pokazać, jak koncepcje sprawiedliwości i równości wpływają na istotne dla płci debaty w mediach i etykę mediów. W tym celu należy jednak ustalić, jakimi dobrami społecznymi należałoby się zająć, jeśli sprawiedliwość i równość miałyby zostać włączone do etyki mediów. W ramach podsumowania należy zauważyć, że włączenie do etyki mediów koncepcji sprawiedliwości i równości z uwzględnieniem płci jako etyki zawodowej dziennikarstwa może prowadzić do zakwestionowania norm i wartości właściwych dla tego zawodu, a tym samym do zakwestionowania samego zawodu.

Tanja Kostanjevac

University North (Croatia)

Zeljka Bagaric

ORCID: 0000-0002-4085-8736

University North (Croatia)

Accessibility of public health information on the COVID-19 outbreak: Analysis of the first European official TV releases

Keywords: deaf people, social inclusion, public health information, cultural rights of persons with disabilities, accessibility to media content

Słowa kluczowe: osoby niesłyszące, integracja społeczna, informacje o zdrowiu publicznym, prawa kulturowe osób niepełnosprawnych, dostępność treści medialnych

1. Introduction

1.1. Right to information and communication – European regulatory framework

Within the modern civilization environment, each member of the society should have a guaranteed access and respect of all the human rights and fundamental freedoms. Articles 11 and 14 of the EU Charter of Fundamental Rights confirm access to information and education as basic human rights. The EU has recently adhered to the UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities (CRPD). A vulnerable group, into which disabled persons belong to, should have access to all the human rights as all other people. Still, over 50 million deaf or hard of hearing Europeans are deprived of their basic human rights simply because they cannot hear programs broadcasted on TV, understand films in the cinema, or performances in the theatre. Regarding the European level regulation, when it comes to protection and promotion of human rights and fundamental freedoms, then this refers to (European) Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms. Further on, there is the Law on confirming the European Social Charter, Additional Protocol to the European Social Charter, Protocol amending the European Social Charter

and Additional Protocol to the European Social Charter that set up a system of collective complaints, which is based on the principles of equality for disabled persons; specifically Article 15 which states that “persons with disabilities have the right to independence, social integration and participation in the life of the community”. (Council of Europe Strategy on the Rights of Persons with Disabilities 2017–2023, 3). For the purposes of this paper there will be detailed discussion on the accessibility that is mentioned in Article 9 of the Convention, more precisely Law on implementing the Convention on the Rights of Persons with Disabilities and its Optional Protocol on the Convention on the Rights of Persons with Disabilities. As stated in the Law, accessibility serves to eliminate the obstacles in abilities of individuals to receive, give and serve information-communication technologies; this is a precondition which has to be met in order for persons with disabilities to be fully integrated into the life of the community on equal basis as others. When speaking about the accessibility, the focus is on design of the environment, transportation, i.e. physical accessibility. However, the accent here shall be on ensuring information and communication, including information and communication technologies and systems (Guideline on the implementation of Article 9 of the UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities for applicants and users of the Operational Programme Efficient Human Resources 2014–2020, 6). This implies that persons with disabilities are fully engaged and included in all spheres of life, as well as other citizens. In addition, it refers to the fact that “persons with disabilities must and should be provided with reasonable accommodation tailored to the needs of an individual. It is necessary to promote affordable assistive technologies, devices and services aimed at removing the existing barriers” (Council of Europe Strategy on the Rights of Persons with Disabilities 2017–2023, 6).

Furthermore, education is made difficult for persons with disabilities, which makes it necessary to ensure access to education and training programs (Council of Europe Strategy on the Rights of Persons with Disabilities 2017–2023). Persons with disabilities should be provided with accessibility to inclusive programs which will be implemented into the educational institutions and places of employment. This should be done in the same manner in which professional training is being implemented, which includes awareness on disabilities and on persons with disabilities. In the same way, persons with disabilities should not be discriminated against based on modes and formats of communication and should therefore have access to *braille* and sign language (Council of Europe Strategy on the Rights of Persons with Disabilities 2017–2023). In communication context, persons with disabilities have access and are included in the media, where they can participate as users as well as active actors. However, they should be aware of dangers on the internet. Dissemination of good practices on improving statistics with regard to types and frequency of disabilities and persons with disabilities is being conducted. This enables accessibility to accurate statistical data on disabilities and persons with disabilities.

“Persons with hearing impairment can be deaf, they can suffer from hearing loss or can have speech-language and vocal disorders” (Digital Accessibility

Guidelines, CARNET 2019, 11). It is necessary to provide accessibility for persons with hearing impairment by adjusting audio and/or video materials on web sites with appropriate subtitles, descriptions and/or transcripts; when possible, audio/video materials should have included or joined recording of the translation into a national sign language; it is crucially important that simple and easy to understand language is used in the texts (Digital Accessibility Guidelines, CARNET 2019).

1.2. Digital accessibility

The term of accessibility can be divided into accessibility to the built environment and into accessibility to information and electronic services, as well as into social and economic accessibility, as it was defined in the previously mentioned regulatory framework. Accessibility refers to both open and closed spaces intended for public. In order to ensure life without barriers to persons with disabilities, it is important that the term of accessibility includes the adaptation of buildings such as educational institutions, roads, public transport and so on. In all the public facilities *braille*, i.e. clearly written and legible text, should be used. Additional way to make adjustments is to engage a sign language interpreter, assistant, reader or a similar person. This all arises from the Law on implementing the Convention on the Rights of Persons with Disabilities and its Optional Protocol on the Convention on the Rights of Persons with Disabilities (2007). There are four basic principles on which digital accessibility stands. Those four principles enable all the users, regardless of their abilities, to implement observability, manage user interface, understand all information and the way interface functions, and be able to access content regardless of the technology.

1.2.1. Information and communication accessibility

Information and communication technology is defined both “as a diverse set of technological tools and resources that is able to ensure the transmission and use of all types of information, and that enables the inclusion of persons with disabilities or special needs into education system and work” (Batarelo Kokić and Kisovar-Ivanda, 2014, p. 4). In addition, when it comes to persons with disabilities, in terms of information and communication technology, it is important to study how to overcome the obstacles that people face in exercise of their cultural rights – rights to the information and communication. In the COVID-19 pandemic situation ensuring the rights to the health public information to the people with disability was extrapolated to their right to life. So, it is important to pay attention to what kind of disability a person has, that a certain type of technology could be adapted to each person (Batarelo Kokić and Kisovar-Ivanda, 2014). Therefore, in order to make general public information accessible to persons with disabilities, it is necessary for them

to be in accessible formats, and it is important to use appropriate technologies for different forms of disability. Depending on the type of impairment, the forms of information and communication accessibility also differ. These applications are *braille* for the blind, sign language and subtitling for the deaf, and there are also texts which are easy to read and understand for people with intellectual disabilities (Guideline on the implementation of Article 9 of the UN Convention 2014–2020, p. 9). It is crucial for the content of web pages, to be accessible. For example, people with impaired motor skills do not have the ability to control and use a computer mouse. They perform all the functions using the keyboard. Furthermore, people who are blind, despite using *braille* and using audio readers, do not have the ability to recognize what is in the image if the image does not have a textual description, which is especially important if the image serves as a hyperlink. In order to ensure optimal readability, that is to enable the adjustment of the size of letters or characters, change of color or background, such an adjustment should be made for people who are visually impaired. Deaf persons need adjustments in form of a written text or text presentation with the help of an interpreter or sign language interpreter because they do not have the ability to hear the soundtrack, while hard of hearing persons should be allowed to adjust the volume. People with intellectual disabilities need adaptation concerning the comprehension of the text. The method of easy-to-read format is used for that purpose.

1.2.2. Adaptation of video and audio content to persons with disabilities

According to the Guidelines for Accessible Information (2015), audio content can be beneficial for persons who cannot access content shared through visual channels. When the audience includes members of deaf community, another channel of accessibility should be secured, such as text, or interpretation for a particular sign language. In the process of making the audio content or the audio material (radio broadcast) accessible, the simplest way is to produce a video version of the show or podcast episode which contains the transcripts or the subtitled text. Volume control should be enabled, if possible, in order to avoid automatic playback of audio or video material, as well as a fast-forward function, which includes fast-forward, rewind, and pause (this can be done using a keyboard) (Guidelines for Accessible Information, 2015). However, it is important to point out that video material adapted in such a way does not represent fully accessible content for all deaf persons. In addition to the transcribed audio recording, a translation into appropriate national sign language should be included for full accessibility, in accordance with the applicable legal provisions. Example of good practice in audio content adaptation using ICT made by a students within the Croatian University North's project UP.02.1.1.10.0036 "eRadio for a second chance" which was co-funded by European union within European Social Fund¹ where the text version of the podcast

¹ Available at <https://eradio-za-drugu-sansu.unin.hr>.

episode's content in the form of descriptions and subtitles is added to the audio content, i.e. produced audio material² (Figure 1).

However, the video material adapted in this way is not a fully accessible content for all deaf people. It should be said that content subtitling presents an extremely good way to adapt the content, but it only covers those people who have lost their hearing after having already learned the Croatian language and can read and write very well in Croatian. For those who are deaf since birth, the Croatian is an unknown language and they do not understand it well enough to be able to follow the subtitled content. In that case, a sign language translator is needed.



Fig. 1. Accessible podcast episode of project „eRadio for a second chance”
 Source: University North, [online]. Access: <https://eradio-za-drugu-sansu.unin.hr/iz-medija/> [21.08.2021].

² This project aims to develop inclusive potentials of community media for social inclusion by strengthening the capacity of journalists and increasing the quality of media content of the student internet Radio Pressedan, increasing the visibility of vulnerable groups of persons released from prison and contribute to increasing equal opportunities in the labor market and their reintegration into the community (Bagarić, 2021). Beside the project website, the accessible podcast episodes are published on *YouTube* channel of University North. It is also necessary to point out that part of the implementation activities of the project “eRadio for a second chance”, namely a study visit during July 2021 to the detention facility in Olsztyn and to a student radio UWM FM 95.9, achieved through a successful cooperation and with the kind support of professor Urszula Doliwa from the University of Warmia and Mazury in Olsztyn and her associates, lieutenant Justyna Jachacy-Majewska (from Areszt Śledczy in Olsztyn) and Mr. Łukasz Staniszewski, deputy chief editor of UWM student radio. Podcasts #20 and #21 contain interviews with professor Doliwa, and podcast #26 is an interview with Mr. Staniszewski.

1.4. Digital accessibility of official public health information for persons with hearing impairment at the beginning of COVID-19 pandemics

The media is the main information source that citizens should trust in any crisis situation. They present basic information without leaving room for speculation or rumors. At the same time, they bring the first information about the situation and instructions on how individuals should behave in a particular crisis situation (Perinić, 2011; Karlsson, 2010; Althaus, 2002). Various studies have also shown that in a crisis, TV is becoming the dominant medium. “Apparently, individuals who used radio, print media and the web during normal times relied on TV to a greater degree in the months following the crisis, and the leading force in this change was the perception of threat. It is clear that TV is the medium of choice in a national crisis, and this preference is not simply the result of habit” (Wilson, 2004, p. 354). In the context of TV broadcasting accessibility, Figure 2 shows that the overall trend since last report in 2011 is a positive one. Data has shown that most countries in 2013 have demonstrably improved their subtitling provision across this time period. However, some countries are clearly leading the way, whilst 10 countries have a great deal of room for improvement (Bulgaria, Cyprus, Estonia, Latvia, Lithuania, Luxemburg, Malta, Portugal, Rumania, and Belgium Wallonia).

However, despite the positive tone of the report, it turned out that the crisis caused by the COVID-19 pandemic has greatly increased the level of inequality and social exclusion of persons with disabilities in terms of accessibility to public health information published in media, official TV and video channels. This is supported by a speech of UN Secretary-General, Mr. Antonio Guterres (Policy Brief on 6th May 2020), „Pandemic reveals how excluded are society’s most marginalized”, Secretary-General says (United Nations, 2020): „The COVID-19 crisis is affecting every aspect of our societies, revealing the extent of exclusion that the most marginalized members of society experience... The pandemic is intensifying these inequalities – and producing new threats... Persons with disabilities are among the hardest hit by COVID-19. They face a lack of accessible public-health information, significant barriers to implementing basic hygiene measures, and inaccessible health facilities”.

Due to co-morbidity, persons with disabilities are one of the most endangered groups, and in the terms of mortality they are among the worst affected groups in the crisis caused by global pandemics.

Within the mentioned problem framework, this paper aims to investigate the extent to which deaf people and people with hearing impairments in European and EEA states had access to official sources’ TV releases related to COVID-19 pandemic.

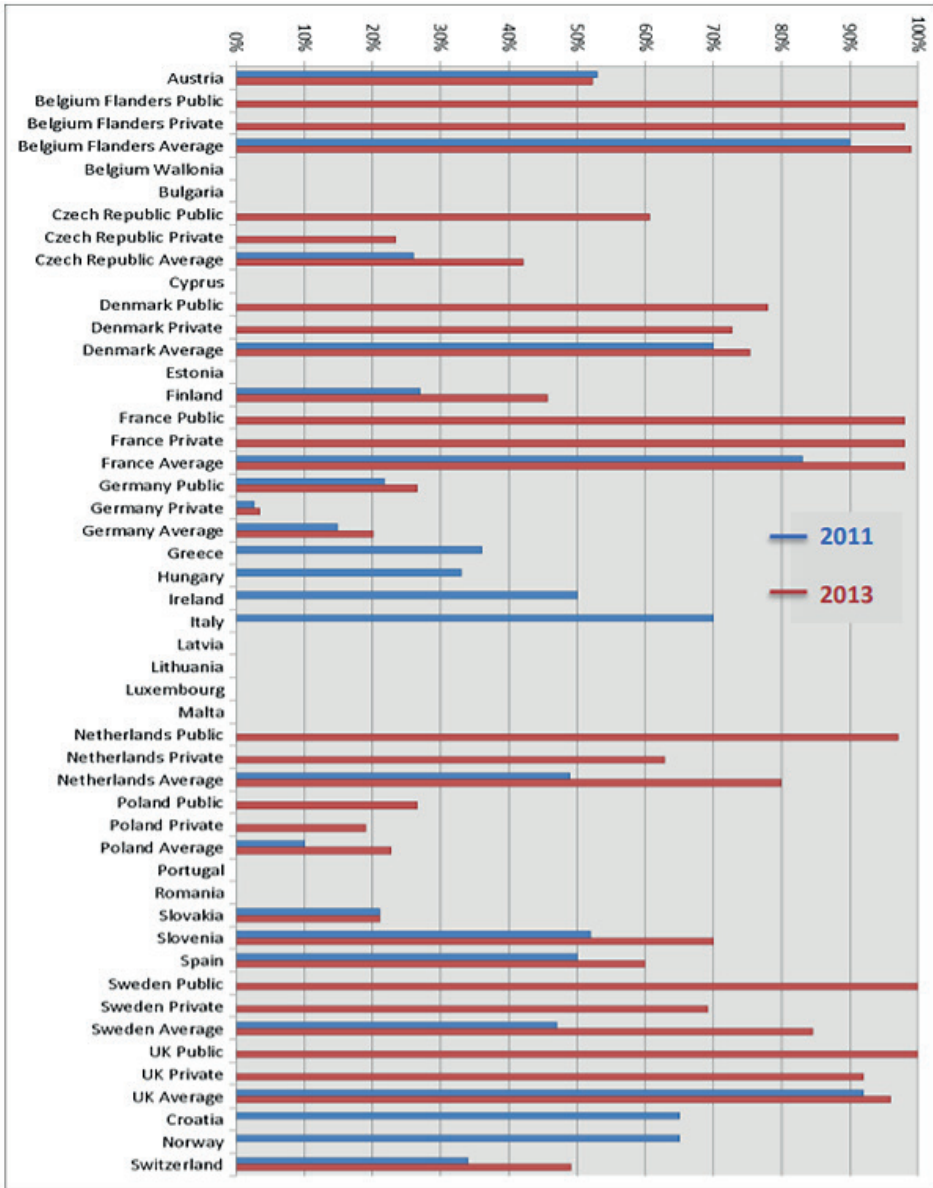


Fig. 2. Level of subtitling provision in TV broadcasting (2011–2013)
 Source: European Federation of Hard of Hearing People (EFHOH) (2015).

The following research questions are defined:

RQ1: Do the official source TV announcements of the EU and EEA and (1) Schengen area members declaring the COVID-19 pandemic and the introduction of epidemiological measures contain information accessible to persons with hearing impairments?

RQ2: Do the initial official announcements of the European Commission (EC) and the WHO (World Health Organization) declaring a COVID-19 pandemic contain informative content accessible to persons with hearing impairments?

2. Methods

2.1. Simple content analysis

This paper investigates the extent to which the media coverage of official information was accessible to persons with hearing impairments at the beginning of the COVID-19 pandemic. For this purpose, a simple content analysis was performed on a deliberate sample of digital content. The content analysis is defined as “a research method used to draw reproducible and valid conclusions from a text (or any other meaningful material) about the context within which it was used” (Krippendorff, 2004, p. 18), that is as “a research method that uses a set of procedures to draw valid conclusions from the text” (Weber, 1990, p. 9). To conduct a content analysis, according to Bryman (2008, p. 274), “content is quantified in terms of predefined categories in a systematic and repetitious way”.

In this paper, the units of analysis were state’s official announcements which were broadcasted via TV channels during February and/or March 2020 by all 27 EU Member countries, European Economic Area (EEA) Member countries – Iceland, Norway and the United Kingdom and Switzerland as a Schengen area member as well as by the EC and the WHO (partially illustrated in Figures 3–8).



Fig. 3. WHO - Corona virus Outbreak 22 March 2020 (live declaration)
Source: https://www.youtube.com/watch?v=Btlzrwl9Lcw&ab_channel=UnitedNations [11.06.2020].



Fig. 4. EC - European response to the coronavirus pandemic 15 March 2020
Source: https://www.youtube.com/watch?v=G6mb6KtkZrI&ab_channel=EuropeanCommission [11.06.2020].



Fig. 5. Example of using a sign language interpreter (UK live)
Source: <https://www.youtube.com/watch?v=LaBof9yYf04> [07.06.2020].

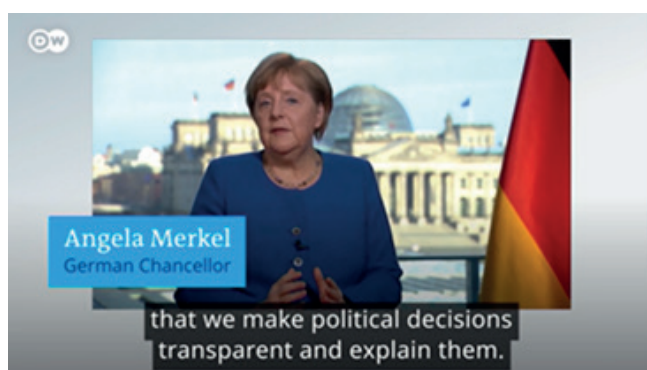


Fig. 6. Example of using subtitles (Germany) during a studio broadcast
Source: <https://www.dw.com/en/whats-angela-merkels-secret-to-crisis-leadership-in-germany/av-53522542> [07.06.2020].



Fig. 7. Example of complete accessibility (Spain live)

Source: https://www.youtube.com/watch?v=sN_3eBCEfY8 [11.06.2020].



Fig. 8. Inaccessible live announcement (Malta)

Source: <https://www.youtube.com/watch?v=1SaE0S3aNPc> [10.06.2020].

For the purposes of conducting content analysis, the following tools have been created (Table 1–2). Two manifest categories (*yes*; *no*) were used to describe accessibility of analyzed units.

Table 1

Code list: Manifest categories of accessibility

Content accessibility	Code
YES	+
NO	-

Source: own preparation.

Table 2

Code list: Analysis units of official TV releases

State/official body	Code
Austria	AUT
Belgium	BEL
Bulgaria	BUG
Cyprus	CYP
the Czech Republic	CZE
Denmark	DNK
Estonia	EST
Finland	FIN
France	FRA
Greece	GRC
Croatia	HRV
Ireland	IRL
Iceland	ISL
Italy	ITA
Latvia	LVA
Lithuania	LTU
Luxembourg	LUX
Hungary	HUN
Malta	MLT
Netherlands	NLD
Germany	DEU
Norway	NOR
Poland	POL
Portugal	PRT
Rumania	ROU
Slovakia	SVK
Slovenia	SVN
Spain	ESP
Sweden	SWE
Switzerland	CHE
United Kingdom	GBR
WHO	WHO
EC	EC

Source: own preparation.

3. Results and Discussion

On a deliberate sample of 31 countries' official announcements and the official releases of World Health Organization and European Commission, we obtained the results shown in Table 3. On the exact day of (individual) official declaration of the epidemics/pandemics COVID-19 within the analyzed sample of a total of 33 official source's TV releases, only four (9.3%) provided full accessibility while 9%, which includes WHO, did not provide accessible content of official announcements of this important public health information. EC provided subtitles with the official TV release content. As far as it goes for the European countries and the announcement of official source information, only four countries have provided full content accessibility in all the analyzed modalities since the beginning of the crisis – Italy, Spain, Austria and Denmark.

Table 3

Simple analytical matrix: Accessibility to official source's release content upon declaring Covid-19 pandemics (to deaf and hearing-impaired persons)

State	Characteristics of adapted content					
	Sign language interpreter	Subtitles	Live	Studio	Entire time	Partial
1	2	3	4	5	6	7
AUT	+	+	+	+	+	
BEL	–	–	–	–	–	
BGR	–	+	+	–	+	+
CYP	–	–	–	–	–	–
CZE	+	–	+	–	.	+
DNK	+	+	+	+	+	
EST	–	–	–	–	–	–
FIN	–	–	–	–	–	–
FRA	+	–	+	–	–	+
GRC	+	–	+	+	–	+
HRV	+	–	–	+	–	+
IRL	–	+	–	+	–	+
ISL	–	+	–	+	+	+
ITA	+	+	+	+	+	
LVA	–	+	–	–	–	+
LTU	–	+	–	–	–	+
LUX	+	–	–	+	–	+
HUN	–	–	–	–	–	–
MLT	–	–	–	–	–	–
NLD	–	+	–	+	+	+

cont. Table 3

1	2	3	4	5	6	7
DEU	–	+	–	+	–	+
NOR	–	+	–	+	–	+
POL	–	+	–	+	–	+
PRT	–	–	–	–	–	–
ROU	+	–	+	–	–	+
SVK	–	–	–	–	–	–
SVN	–	+	–	+	–	+
ESP	+	+	+	+	+	+
SWE	+	–	+	–	–	+
CHE	–	+	–	+	–	+
GBR	+	–	+	+	–	+
WHO	–	–	–	–	–	–
EC	–	+	–	–	+	+

Source: own preparation.

This is in line with daily media practice because these countries are recognized leaders in the protection of human rights and social inclusion of persons with disabilities at all levels. Eight countries (Croatia, Czech Republic, France, Greece, Luxembourg, Romania, Sweden and the United Kingdom) presented official information using national sign language. Furthermore, 11 countries presented official information using subtitles (Bulgaria, Ireland, Iceland, Latvia, Lithuania, the Netherlands, Germany, Norway, Poland, Slovenia and Switzerland). However, only 3 of them did so during the entire broadcasting time (Bulgaria, Iceland and the Netherlands). We find it very concerning that a fifth (26%) of EU members – Belgium, Estonia, Finland, Hungary, Malta, Portugal and Slovakia – have not made accessible the announcement of the first official public health information related to the COVID-19 epidemic and have not introduced their citizens living with disabilities with the emerging crisis situation and the introduction of epidemiological measures aimed at protecting their health.

5. Conclusion

A simple content analysis provided answers to the research questions on accessibility of official public health information on the declaration of the COVID-19 epidemic/pandemic in the European media space. In comparison to level of subtitling provision in TV broadcasting for period 2011–2013 (see Figure 2) there was a certain shift in the number of countries that subtitle

informative media content. The obtained data in relation to globally adopted regulations and proclaimed protection of fundamental rights and freedoms, as well as rights arising under the instrument of international solidarity which were previously discussed in this paper, demonstrate the real situation characterized by insufficient social inclusion and protection of the right to information and communication as well as the right to health and healthy living of persons with disabilities at European level. At the same time, the fact that the WHO as public health official source is among those that did not provide information accessibility in their live broadcasts on the day of the proclamation of the COVID-19 pandemic seems withering. Although the EC provided subtitled content in its TV announcements, we believe that institutions of such importance should always ensure full access to official health (and others) information to their citizens. Within this context, global media role and responsibilities for ensuring the respect of the information and communication rights of deaf and hearing-impaired persons is also very important, if not crucial.

To remove future barriers in public and media space, universities and institutions which conduct higher formal education of media and journalism students have the mission of awareness and sensibilization level raising together with applying desirable inclusive patterns. Introduction of academic service-learning courses and projects within curricula due to adopting ethical values and improving intercultural communication skills can establish an inclusive media platform that future media professionals will continue to use in their professional environment. Based on good practice examples, enabling student skills on how to ensure digital accessibility of produced audio and video media content using Information and Communication Technologies is certainly the first step towards civic participation of these vulnerable groups.

References

- Act on Croatian Sign Language and Other Communication Systems of Deaf and Deaf Blind Persons in the Republic of Croatia (OG 82/15) [Zakon o hrvatskom znakovnom jeziku i ostalim sustavima komunikacije gluhih i gluhoslijepih osoba u Republici Hrvatskoj – in Croatian], [online]. Zakon.hr. Access: <https://www.zakon.hr/z/815/Zakon-o-hrvatskom-znakovnom-jeziku-i-ostalim-sustavima-komunikacije-gluhih-i-gluhoslijepih-osoba-u-Republici-Hrvatskoj> [01.09.2021].
- Althaus, Scott (2002). American news consumption during times of national crisis. *Political Science & Politics*, 35(3), 517–521, [online]. Access: <https://experts.illinois.edu/en/publications/american-news-consumption-during-times-of-national-crisis> [22.09.2021].
- Bagaric, Zeljka (2021). *Inclusive Journalist Education in Croatia: Transformative Potential of Media*. Proceedings of the 3rd International Conference on Future of Social Sciences. Berlin: Diamond Scientific Publishing, 35–46, [online]. Access: <https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2021/02/22-1072.pdf> [23.08.2021].
- Batarelo Kokić, Ivana and Kisovar-Ivanda, Tamara (2014). Utjecaj komunikacijsko-informacijske tehnologije na obrazovanje odraslih osoba s invaliditetom, *Školski vjesnik: Časopis za pedagoška i školska pitanja*, 63(4), 501–514, [online]. Access: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=200688 [16.07.2021].
- Bryman, Alan (2008). *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press.

- Charter of Fundamental Rights of the European Union, [online]. EUR-Lex. Access: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A12012P%2FTXT> [11.08.2021].
- Council of Europe Strategy on the Rights of Persons with Disabilities 2017–2023, [online]. Posi.hr. Access: <http://posi.hr/wp-content/uploads/2018/02/Strategija-Vijeca-Europe-za-osobe-s-invaliditetom-2017-2023.pdf> [23.08.2021].
- Digital Accessibility Guidelines, CARNET (2019) [Hrvatska akademska i istraživačka mreža – CARNET. Smjernice za osiguravanje digitalne pristupačnosti – in Croatian], [online]. Carnet.hr. Access: <https://www.carnet.hr/wp-content/uploads/2019/11/Smjernice-digitalne-pristupac/> [23.08.2021].
- European Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms. (1950.2021). Access: https://www.echr.coe.int/documents/convention_eng.pdf [14.08.2021].
- European Federation of Hard of Hearing People (EFHOH) (2015). State of subtitling access in EU: Report 2015, [online]. Efhoh.org. Access: <https://efhoh.org/wp-content/uploads/2017/01/EFHOH-State-of-Subtitling-2015-English.pdf> [12.08.2020].
- Guidelines for Accessible Information (ICT4IAL) (2015), [online]. Europeanagency.org. Access: <https://www.europeanagency.org/sites/default/files/Guidelines/> [23.08.2021].
- Karlsson, Michael (2010). Participatory Journalism and Crisis Communications: A Swedish Case Study of Swine Flu Coverage. *Observatorio Journal*, 4(1), 201–220, [online]. Access: <https://www.academia.edu/3551683/> [09.07.2021].
- Krippendorff, Karl (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Law on confirming the European Social Charter, Additional Protocol to the European Social Charter, Protocol amending the European Social Charter and Additional Protocol to the European Social Charter (2019), [online]. Hrvatski Sabor. Access: <https://www.czss-daruvar.hr/wp-content/uploads/2015/04/Zakon-o-potvrđivanju-Europske-socijalne-povelje.pdf> [06.08.2021].
- Law on implementing the Convention on the Rights of Persons with Disabilities and its Optional Protocol on the Convention on the Rights of Persons with Disabilities (2007), [online]. Hrvatski Sabor. Access: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2007_06_6_80.html [04.08.2021].
- Operational Programme Efficient Human Resources 2014–2020 (2016) [Operativni program Konkurentnost I kohezija (2014–2020) – Upute za prijavitelje I korisnike operativnog programa „Konkurentnost I kohezija” o provedbi horizontalnih načela – in Croatian], [online]. Strukturnifondovi.hr. Access: <https://strukturnifondovi.hr/wp-content/uploads/2017/03/Upute-za-prijavitelje-horizontalna.pdf> [25.08.2021].
- Perinić, Jadran (2011). *Javno mnijenje kao subjektivna značajka krizne situacije: Utjecaj medija i službi za odnose s javnošću na javno mnijenje* [Public opinion as a subjective trait of a crisis situation – the influence of the media and public relations services on public opinion]. Dissertation. Filozofski fakultet u Zagrebu, [online]. Access: <https://www.bib.irb.hr/800959> [04.07.2021].
- UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities (CRPD) (2006), [online]. Un.org. Access: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html> [30.08.2021].
- United Nations (2020). Pandemic Reveals How Excluded Are Society’s Most Marginalized, Secretary-General Says, Launching Policy Brief on Persons with Disabilities and COVID-19, [online]. Access: <https://www.un.org/press/en/2020/sgsm20074.doc.htm> [11.09.2021].
- Weber, Robert Philip (1990). *Basic Content Analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wilson, Lowrey (2004). Media Dependency During a Large-Scale Social Disruption: The Case of September 11. *Mass Communication and Society*, 7(3), 339–357, [online]. Access: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327825mcs0703_5 [11.09.2021].

Summary

Due to co-morbidity, persons with disabilities are among the most endangered groups, and in terms of mortality, they are among the worst affected groups in the crisis caused by global pandemics. This crisis has extremely increased inequality and social exclusion of persons with disabilities regarding access to public health information.

This paper investigates the extent to which European states have made the AV content of the announcements of the COVID-19 pandemic accessible to hearing-impaired persons.

A content analysis was conducted at the beginning of the epidemiological measures (February/March 2020) introduced in the sample states. An analysis unit consists of the first TV broadcasts released with official statements of the EU member states (N=27), European Economic Area states (N=3) and Switzerland, as well as official video releases of the World Health Organization and the European Commission (N=2).

From the total analyzed TV deliberate sample (N=33), a total of eight official sources provided accessibility of health information to hearing-impaired persons using a sign language interpreter; 12 sources provided subtitles, and 11 sources did not provide any form of accessible information regarding the official proclamation of the COVID-19 pandemic (including the WHO's television release). Only four national official sources ensured full accessibility to the content of the announcement.

The obtained results demonstrate the real situation characterized by insufficient social inclusion and protection of the right to information and communication and the violation of the right to health and healthy living of persons with disabilities at the European level. These results are contrary to globally adopted regulations and proclaimed protection of fundamental rights and freedoms and rights arising under the instrument of international solidarity. It is necessary to increase the level of consciousness of a community's global social responsibility, especially in the TV media, with the purpose of the total inclusion of hearing-impaired persons in the public space. The mission of higher education institutions should include overcoming poor media social responsibility by adopting digital accessibility mechanisms and improving the intercultural skills of future media professionals.

Dostępność informacji na temat zdrowia publicznego w związku z wybuchem pandemii COVID-19: analiza pierwszych oficjalnych europejskich przekazów telewizyjnych

Streszczenie

Ze względu na występowanie chorób towarzyszących osoby niepełnosprawne należą do grup najbardziej zagrożonych, a pod względem śmiertelności są grupą najbardziej dotkniętą kryzysem wywołanym przez globalne pandemie. Kryzys ten bardzo pogłębił nierówności i wykluczenie społeczne osób niepełnosprawnych w zakresie dostępu do informacji o zdrowiu publicznym.

W niniejszym artykule opisano badania na temat stopnia udostępniania osobom z upośledzeniem słuchu treści AV zawartych w komunikatach dotyczących pandemii COVID-19 przez państwa europejskie.

Analizę treści przeprowadzono po wdrożeniu działań zapobiegawczych pandemii (lutym/marcem 2020 r.) w państwach objętych badaniem. Na jednostkę analizy składają

się pierwsze audycje telewizyjne z oficjalnymi oświadczeniami państw członkowskich UE (N=27), państw Europejskiego Obszaru Gospodarczego (N=3) i Szwajcarii oraz oficjalne materiały wideo Światowej Organizacji Zdrowia i Komisji Europejskiej (N=2).

Ze wszystkich analizowanych telewizyjnych materiałów informacyjnych (N=33) 8 oficjalnych źródeł zapewniało dostępność informacji o zdrowiu dla osób niedosłyszących z wykorzystaniem tłumacza języka migowego, 12 źródeł – napisy, a 11 źródeł nie zapewniało żadnej formy dostępności informacji o pandemii COVID-19 (w tym komunikatu telewizyjnego WHO). Tylko 4 krajowe, oficjalne źródła zapewniły pełną dostępność do treści komunikatu.

Uzyskane wyniki wskazują na sytuację charakteryzującą się niewystarczającą integracją społeczną i ochroną prawa do informacji i komunikacji oraz naruszaniem prawa do zdrowia i życia osób niepełnosprawnych na poziomie europejskim. Wyniki te są sprzeczne z przyjętymi na świecie regulacjami i proklamowaną ochroną podstawowych praw i wolności oraz praw wynikających z instrumentu solidarności międzynarodowej. Konieczne jest podniesienie poziomu świadomości globalnej odpowiedzialności społecznej, zwłaszcza w mediach audiowizualnych, w celu pełnego włączenia osób z dysfunkcją słuchu w przestrzeń publiczną. Misją instytucji szkolnictwa wyższego powinno być przezwyciężanie słabej społecznej odpowiedzialności mediów poprzez wprowadzanie mechanizmów dostępności cyfrowej i doskonalenie umiejętności międzykulturowych przyszłych pracowników mediów.

Tatyana Shevyakova

ORCID: 0000-0002-0944-6784

Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World
Languages (Kazakhstan, Almaty)

Image media topics in the mass media of the Republic of Kazakhstan

Keywords: image, image media topic, media text, national identity, information space

Słowa kluczowe: obraz, temat wizerunkowy, tekst medialny, tożsamość narodowa, prze-
strzeń informacyjna

Introduction

Sovereign Kazakhstan celebrated its 30th anniversary in 2021. Kazakhstan is going through a difficult, truly fateful period since independence. This is the time of radical transformations in the economy, politics, social and cultural life, which of course influenced the mass media development and functioning as one of the most important social institutions in modern society.

“Today we can say with full responsibility: Kazakhstan has successfully completed the transitional stage and is confidently entering a qualitatively new stage of its development” – the First President of the Republic of Kazakhstan Nursultan A. Nazarbayev emphasized in one of his Messages to the people of Kazakhstan (Nazarbayev, 2007). But it is only the beginning of a difficult, historically significant, long way. “Modern challenges and threats urgently require a more dynamic modernization of the entire system of socio-economic and socio-political relations [...] Striving towards those lofty goals that we have set for ourselves will require additional mobilization of efforts and, in many respects, a new, extraordinary attitude and approaches from all public authorities and institutions, business, scientific and expert communities” – Nursultan Nazarbayev said (Nazarbayev, 2007). This remark is entirely applicable to the mass media of the Republic of Kazakhstan.

The mass media perform multifaceted functions: it inform, educate, advertise, and entertain. Obviously, the mass media play an important role in the forming, functioning and evolution of public consciousness in general. Moreover, the

perception and interpretation of the most important phenomena and events taking place in the country and in the world are carried out through and with the help of the media.

Mass media have an ever-increasing influence on both the material-production and the social, political, cultural and ideological spheres of the humanity life in general and each individual person. It is no coincidence that the mass media are called the “fourth power”, and, first of all, because the media through their activities can influence not only other social institutions, but also every member of a society, thereby determining the vector of public opinion and public consciousness development.

Today Kazakhstan is consistently implementing difficult but necessary reforms in all spheres of life. In politics, it is the transition from totalitarianism to democracy, in the economy – from the command-administrative system to market relations, in the spiritual sphere – it is the national culture and self-consciousness revival of all peoples living in the Republic, the preservation and strengthening of interethnic and interfaith harmony and tolerance in society, the formation of a unified citizenship. Such changes in society require a radical reform of the entire system in information support for Kazakhstani citizens and the world community. Of course, all these aspects should be reflected in the mass media of the Republic of Kazakhstan, including the materials aimed at creating an attractive image of the country for both its citizens and citizens of other states. So, now the image media topics in the mass media of the Republic of Kazakhstan have gained in significance.

The purpose of this article is to identify and analyze the base image media topics in the mass media of the Republic of Kazakhstan, since such materials largely determine the media landscape of Kazakhstan and are positioning the country in the international information space.

Object of the research – mass media of the Republic of Kazakhstan.

Subject of the research – the specifics of image media topics.

Literature review

The concept “media topic” is closely related to the concept “media text”, which appeared in the English-language scientific literature in the 90s of the last century (see scientific papers by Teun A. van Dijk (1988; 1989), Alan Bell (1991; 1996), Norman Fairclough (1989; 1995), Roger Fowler (1991), Martin Montgomery (1990; 1992; 1996), and from that time it has become widespread in scientific use for the mass communication texts study. A media text can be considered as a discrete unit of a media stream, which in the modern conditions of the information society is growing more and more and acquires a universal character. Media text is a new communication product and, at the same time, an important factor in the economic development of media culture,

because currently the media text dissemination (in all its varieties) is becoming an integral part of mass communication activities and contributes to the new information space creation.

It is important that the verbal and media components of mass media texts are closely interconnected and are an integral whole. The media text category made it possible to combine various types of media products (from articles in newspapers and magazines, news stories on television to multimedia articles, commentaries and video streaming in the Internet environment).

Of course, in various media texts, verbal and media components are combined in different ways, based on a variety of principles. These differences can be determined both quantitatively (percentage, predominant use or certain components combination), and qualitatively, because the verbal and media components in the media text can be related by relations of addition, amplification, illustration, emphasis, opposition and others. So, the media and verbal components in the media text “form a kind of integrity, an indissoluble unity, which is the essence of the ‘media text’ concept” (Dobrosklonskaya, 2008, p. 30).

In media linguistics, there is a generally accepted, sustainable system of parameters that makes it possible to undertake a comprehensive analysis of the media text and give its excellent description. These parameters take into account the peculiarities of the media text production method, the form of its creation, the form of reproduction, the distribution channel, functional-genre specificity and linguistic features, as well as thematic originality. The system of parameters that characterize the media texts specificity is most full represented in the scientific works of Russian researchers – Tatyana G. Dobrosklonskaya and Ya.N. Zasurskiy (Dobrosklonskaya, 2000; 2008; Zasurskiy, 2007).

The text content characteristic is one of the essential parameters of the media texts typological description. It allows us to highlight its thematic dominant, or belonging to one of the stable topics regularly covered by the media – media topics.

Analysis of the information flow content demonstrates the presence of stable thematic structures. All mass media texts, or media content, are naturally organized around them. That holds true for all types of media: from traditional to new media. A stable system of media topics, or regularly reproduced topics, which include, for example, politics, business, sports, culture, weather, news of international and regional life, etc., makes it possible for the media to organize in a certain way, to order the dynamically changing picture of the world. At the same time, the importance of the linguistic and cultural factor should be emphasized, since in the media texts there is the juxtaposition of the linguistic and informational pictures of the world. This naturally manifests itself in a set of the regular thematic components typical for a particular country of a particular culture.

Regularly reproduced topics that reflect the national and cultural specifics of a particular media landscape are called buzz topics, or topics of increased interest (Dobrosklonskaya, 2008, p. 34). The term “buzz-topic” as applied

to the analysis of the media content was first introduced in the book by Tatyana Dobrosklonskaya "Voprosy izucheniya mediatekstov" ["Some aspects of media texts analysis"] (Dobrosklonskaya, 2000). In other words, there are trending topics – ideas, matters that people are currently most interested in. Thus, the terms "media topic", "buzz-topic" and "trending topic" can be used as synonyms.

So, for example, the recurrent topic for the British media is the details coverage of the royal family members and high-ranking politician's private lives. The topic of illegal immigration is a systematically reproduced media topic in the Italian media. The media topic "The Special Russian Soul and Mentality" has become widespread in the Russian mass media recently.

It is known that an image is a purposefully formed picture that highlights certain value characteristics, designed to have an emotional and psychological impact on someone in order to popularize. There are many different definitions of a country's image in the scientific literature. Differences in the interpretation of the term are mainly explained by the fact that different researchers use different characteristics or constituent elements that form the country's image as the basis for their definitions. So, M. Kunczik defines the image as "the cognitive representation that a person holds about a given country" (Kunczik, 2003, p. 412), emphasizes the importance of the country's image cognitive component, which implies high-quality content, the presence of full-fledged cognitive information about a particular country in it. Alexander Buhmann and Diana Ingenhoff talk about the importance of the relationship between the nation and the state in the process of the country's image forming in their article "Advancing the country image construct from a public relations perspective. From model to measurement". They write: "The image object of the country is conceived of as the unity of a nation and its state. By drawing on Smith's concepts (1987), the country can be defined as a named human collective consisting of six generic attributes: a distinct territory or 'homeland', a common history and traditions, a domestic economy, a public culture, a set of common norms and values as well as a sovereign political organization or state" (Buhmann and Ingenhoff, 2015, p. 66). In our opinion, H. Barich and P. Kotler provide the most relevant definition of the country's image. Researchers believe that the country image can be defined as "the sum of beliefs, attitudes, and impressions that a person or group of persons has of an object" (Barich and Kotler, 1991, p. 95), where the object of the image is one or another country. It is the sum of beliefs, attitudes, and impressions, available in a certain group of people about a particular state determines the attractiveness or unattractiveness of the country for this group or even the entire world community.

It should be recalled that some researchers distinguish between external and internal image in the structure of the country's image: "The internal country's image is the perception of citizens about themselves and their place in the world, while the external image is focused on the ideas about the country that have developed outside the national cultural field and determines its reputation" (Pupkova, 2015); "the internal image is built on self-esteem, but it is supplemented by the projection of internal perception outside the national-state

community (what «we» want and consider it necessary to tell about ourselves to «others»)" (Semenenko, 2008, p. 10).

Another scholars believe that the so-called internal image of the country should be correlated with the concept of "national identity" (the country identity) (see scientific papers by Buhmann and Ingenhoff, 2015; Smith, 1991; Kunczik, 2001; Fan, 2009; Dinnie, 2008; Rusciano, 2003; Rusciano et al., 1997 and other), because national identity is completely determined by the citizens of the country. It contains the citizen's views about themselves and their place in society. F.L. Rusciano pays special attention to the fact that the country's image is conceptualized as a perception by a foreign public, while the country's identity refers to the self-perception of the country's citizens, to self-identification (Rusciano, 2003). In essence, summarizing the above, Buhmann and Ingenhoff emphasize: "Therefore, when speaking of the country image, we refer to the perception of a country that exists among its foreign publics (out-group), while country identity is conceptualized as the – domestic self-perception existing among a country's domestic public (in-group)" (Buhmann and Ingenhoff, 2015, p. 74). In our opinion, this position is quite legitimate and appropriate.

"Image is the most economical way of generating and recognizing complex social reality. Image is the result of information processing, so help on this path, consciously or unconsciously, is supported by every person [...] The image creates political movements and countries, it also degrades them" – G.G. Pocheptsov writes (Pocheptsov, 2001, p. 118). So, to create an attractive image of the state, joint efforts of political leaders, government officials, employees of Embassies and Diplomatic missions, scientists, journalists and ordinary citizens of the country are required.

The result

In the years that have passed since the Republic of Kazakhstan gained sovereignty, the concept of information export within the framework of information security of the state and society doctrine has not yet been fully formed in the country. Ultimate goal – the formation of a positive country's image in the global information field is not being carried out. It must be admitted, that government structures did not pay enough attention to such an important, strategic issue, with the exception of a few successful PR-actions.

The audience, including the Kazakhstan one, trusts foreign sources of information more. Often, negative image stereotypes are formed in such information resources. To control information flows, it is necessary to predict and prevent events. To do this, it is necessary to attain small and large information victories regularly. Most states can do this. Kazakhstan also has great intellectual potential to prove its worth in practice.

But it must be remembered that the formation of the country's image is a complex and rather lengthy process that requires a lot of effort.

It should be emphasized that the basis for a positive image of the state should be exclusively honest and objective information capable to reconstruct a real picture of events and the situations that is happening in a particular country.

According to our observations, at present, in the mass media of Kazakhstan the regularly reproduced topics have formed. These media topics “work” on the country’s image. In our opinion, there are the following media topics: 1) The Unity of peoples in Kazakhstan and tolerance; 2) The idea of Eurasianship; 3) N.A. Nazarbayev – the First President of Kazakhstan; 4) Multiculturalism in Kazakhstan society; 5) The Trinity of the languages Concept; 6) Tourism; 7) Investment attractiveness of the country.

In today’s world, shaken by interethnic and interreligious conflicts, maintaining stability and interethnic harmony remains one of the most important tasks for any state. It is no accident that the media topic “The Unity of peoples in Kazakhstan and tolerance” has remained one of the priorities for the Kazakh media during 30 years. The Day of the Kazakhstan Peoples Unity has been annually celebrated in the Republic since 1996. The systematic reproduction of this media topic made it possible to form in the world an idea of Kazakhstan as a state in which more than 140 nationalities and ethnic groups live in peace and harmony. So, for example, this media topic is regularly reproduced by the KazInform International News Agency: “Obzor: Yedinstvo mnogonatsionalnogo Karagandinskogo kraya – osnova dostizheniy i progressa” [“Overview: The unity of the multinational Karaganda region is the basis of achievements and progress”] (KazInform, 30.11.2016); “Fotovystavku ko Dnyu yedinstva naroda Kazakhstana organizovali v biblioteke Almaty” [“Photo exhibition dedicated to the Day of the Kazakhstan Peoples Unity was organized in the Almaty library”] (KazInform, 26.04.2021); “Svetlana Kim: Yedinstvo naroda Kazakhstana – klyuchevoye slovo v Poslanii Prezidenta” [“Svetlana Kim: The unity of the Kazakhstan people is the key word in the President’s Address”] (KazInform, 01.09.2021); “Opyt Kazakhstana v preduprezhdenii mezhetnicheskikh konfliktov unikalen i vostrebovan – ekspert” [“Kazakhstan’s experience in preventing interethnic conflicts is unique and demanded – expert”] (KazInform, 15.10.2021); “V Zhambylskoy oblasti sohranyaetsya mezhnatsionalnaya stabilnost – Berdibek Saparbayev” [“Interethnic stability remains in Zhambyl region – Berdibek Saparbayev”] (KazInform, 15.10.2021); “Nursultan Nazarbayev prizval vospityvat v molodyozhi terpimost i tolerantnost” [“Nursultan Nazarbayev called to raise forbearance and tolerance among young people”] (KazInform, 29.04.2019) and others. Note that the last example refers to two media topics simultaneously – “The Unity of peoples in Kazakhstan and tolerance” and “N.A. Nazarbayev – the First President of Kazakhstan”.

The First President of Kazakhstan, Nursultan Nazarbayev, was heading the country since its inception as an independent state (December 16, 1991) for nearly 30 years (until March 20, 2019). And over the years, his figure has become significant not only for the country, but also for the entire world community. The Nursultan Nazarbayev name has become associated with Kazakhstan and the country’s achievements. After his resignation as President, Nursultan

Nazarbayev continues active political and public work. Thus, a lot of media materials are still dedicated by the First President of Kazakhstan. First of all, we note that a huge number of various materials about Nursultan Nazarbayev are presented in three languages (Kazakh, Russian, English) on his official website – “Official website of the First President of the Republic of Kazakhstan – Elbasy Nursultan Nazarbayev”. On this website you can find information about his biography and life path, about international recognition, about the Office of the First President, about the work N.A. Nazarbayev in the Security Council of the Republic of Kazakhstan, in the Assembly of the Kazakhstan Peoples, in the “Nur Otan” Party, as well as his interviews, speeches, messages and news about all the events in which he took part. Another mass media of the RK play an equally important role. Media topic “N.A. Nazarbayev – The First President of Kazakhstan” is regularly reproduced in newspapers, information and analytical portals, Information Agencies, on radio and television of the country: “Elbasy vstretilsya s predsdatelem Milli Mezhlisa Azerbaydzhana” [“Elbasy met with the chairman Milli of the Azerbaydzhana Mezhlis”] (“Khabar”, 29.09.2021); “Chem zaymyotsya Sovet mudretsov SBMDA, glavoy kotorogo mozhet stat Nursultan Nazarbayev” [“What the CICBMA Council of Wise Men will do, which Nursultan Nazarbayev may become the head of”] (“Kazakhstanskaya Pravda”, 12.10.2021); “»On mnye ochen ponravilsya« – rezhissyor Oliver Stoun o Nursultane Nazarbayeve” [“»I really liked him« – filmmaker Oliver Stone about Nursultan Nazarbayev”] (“Express-K”, 06.07.2021), “Nazarbayev obratilsya k uchastnikam plenarnogo zasedaniya OON (video)” [“Nazarbayev welcomed participants to the plenary session of the UN General Assembly (video)”] (NUR.KZ, 08.09.2021); “Nazarbayev obratilsya s predlozheniyem k turkskim stranam” [“Nazarbayev made a proposal to the Turkic countries”] (“Tengrinews”, 31.03.2021) and others.

Today, the topic of spiritual culture has become one of the priorities on the modern Kazakhstan television broadcasting.

In the Concept of Cultural Policy in the Republic of Kazakhstan (2014), national television is defined as the leading form of cultural communication. The document emphasizes that television should be focused on broadcasts of the basic spiritual values of society. In view of potentially vast impact on the formation of the worldview and cultural mentality, national television needs a common cultural concept. The channels “Bilim zhene Medeniyet”, “Balapan” have a huge potential to transmit in a new modern format the cultural wealth array, a variety of forms and directions of world art, the best national traditions and spiritual guides. It is necessary to use scientific achievements and discoveries, information about unique monuments of archeology, history and culture in the broadcast content” (Kontseptsiya kulturnoy politiki Respubliki Kazakhstan, 2014).

Already now this task is being successfully solved by the “Qazaq TV” channel – the first national satellite TV channel of the Republic of Kazakhstan. “Qazaq TV” is the part of the Khabar Agency, one of the largest media holdings in the country. The channel began broadcasting on October 25, 2002 under the name

“CaspioNet”. Taking a course to promote the country’s image, on September 1, 2012, the channel was renamed “Qazaq TV”. In October 2016, after the merger of the content channels “Qazaq TV” and “Bilim zhene Medeniyet”, the channel continued broadcasting under the common brand “Qazaq TV”.

“The channel is available for viewers from 118 countries, 4 continents through the HotBird 13B, Galaxy 19, Eutelsat 36B and MEASAT 3A satellites. Channel content is 100% domestic production. The total audience of “Qazaq TV” currently is more than 300 million viewers. The programs of the channel are presented in several thematic areas and cover such spheres as culture, traditions, history, tourism and investment opportunities in Kazakhstan” (“Qazaq TV”, 2021).

The channel’s broadcasting network contains the programs dedicated to the culture and traditions of Kazakhstan’s peoples (“Focus on Culture”, “Culture Talks”, “Art Global”, “Important Dates in Kazakhstan”, “KazArt”, “Folk Art”, “Art of Making”, “Connecting Cultures”), country history (“Altyn Orda”, “Ken Dala”, “Our Common Victory”, “Enigma of the Great Steppe”, “Reflections on history”), education and science (“Book Club”, “From Antiquity to Modernity”, “Talk to Nature”), tourism (“Across the Kazakh Land”, “Welcome to Kazakhstan”, “Hello, Kazakhstan!”, “Outdoor Kazakhstan”), economy and attractive investment opportunities (“The World of Startups”, “Made in Kazakhstan”, “Impactful with Lyazzat Shatayeva”), as well as special projects (“Coronavirus. Impact on Business”, “Experts Talk”, “Documentary”, “Next Generation”) and news stories about politics, business, society, Hi-tech, etc.

As we can see, most of the presented media topics relate to the topic of culture and national traditions or are directly related to it. For example, the program “Hello, Kazakhstan!” is a cycle of stories about daily immersion in the culture and life of Kazakhstan, an opportunity to look at the beautiful surroundings of our country, familiar to all the Kazakhstan people, through someone else’s eyes. The heroes of the program are foreigners living in Kazakhstan and discovering the diversity of cultural, linguistic and everyday aspects of the country’s life. The “Book Club” program is a television blog about Kazakh literature; it provides reviews of the most outstanding works of Kazakh classics, as well as information about popular literary projects and current trends in the book industry. The program “Impactful with Lyazzat Shatayeva” consists of interviews with politicians, diplomats, government officials, and representatives of international organizations, artists and public figures on topics related to current affairs, international relations, politics, economy, business and culture.

On this television channel, the theme of culture is organically combined with the media topic “The Trinity of the languages Concept”, since many programs raise issues related to the development and strengthening of the state language, preservation of national languages, use of the Russian language in the society, learning foreign languages, as well as issues of language policy in general. Moreover, “Qazaq TV” forms its content in accordance with the Languages Trinity Policy implemented in Kazakhstan. It is significant that the editors of the TV channel emphasize the role and importance of the English language

for the implementation of its mission in the global information space: “Full English soundtrack will allow the channel to expand to a foreign audience and more effectively acquaint the world with our unique country, its culture, history, tourism and investment attractiveness” (“Qazaq TV”, 2021).

“Qazaq TV” – information and educational TV channel – the only one in our country broadcasts in five languages (Kazakh, Russian, English, Kyrgyz, Uzbek), 18 hours a day provides up-to-date and objective information about Kazakhstan and events taking place in the world. For almost twenty years, the channel has been successfully fulfilling its main task – it creates the most complete and objective picture of Kazakhstan as an independent state with the most sustainable development, a stable political system, a favorable investment climate and a distinctive multinational culture.

It should be noted that in all types of media, image media topics work both for the external and internal image of Kazakhstan, more precisely, for the formation of national identity, which, of course, contributes to the formation of public opinion and, accordingly, public consciousness. It is also important to emphasize that at present, the active development and use of new information, computer, digital technologies, as well as the strengthening of globalization processes have radically changed the country and world information space. Today, almost any information about a particular country is available for the world community. And in this case, the boundaries between materials on image media topics and publications aimed at the national identity developing are blurred. In the modern period, citizens of all countries are active participants in various social networks. Also, they can, without any restrictions, use the content of traditional media from different countries posted on the Internet, visit information portals, websites of TV channels, radio stations, newspapers and magazines, communication platforms, etc. The so-called “internal” media topics (corruption, social problems, economic crisis, various kinds of internal conflicts, etc.) become the subject of foreign audience’s interest, and, of course, influences on country’s image in the international arena. For example, one of the regularly reproduced topics in the mass media of the Republic of Kazakhstan is the topic of corruption and the fight against it. So, on “Azattyq” radio the material “Prosto nuzhna politicheskaya volya. Pochemu v Kazakhstane ne rabotayet ni odna strategiya borby s korruptsией” [“We need political will. Why not one anti-corruption strategy works in Kazakhstan”] has been published (“Azattyq”, 24.12.2020). International Information Agency “KazInform” also systematically publishes information related to the problem of corruption in Kazakhstan: “Byvshego vitse-ministra finansov Kazakhstana osudili na 4 goda za vzyatku” [“Former Vice-Minister of Finance of Kazakhstan convicted of bribery for four years”] (23.09.2021), “Vneshniy analiz korruptsionnyh riskov v gosorganah provodyat v Nur-Sutane” [“External analysis of corruption risks in government agencies is carried out in Nur-Sultan”] (22.09.2021), “Pochti 80 del za tri s polovinoi goda nanpravleno v sudy po faktam korruptsii v sfere ekologii” [“Almost 80 cases in three and a half years were sent to courts on the facts of corruption in the ecology field”] (27.09.2021), “Predprinimateli

zhaluyutsya na deystviya nalogovyh organov v Nur-Sutane” [“Entrepreneurs complain against tax administration actions in Nur-Sultan”] (24.09.2021) and others (KazInform, 2021). Of course, these materials in the media negatively affect the image of Kazakhstan and significantly reduce the investment attractiveness of the Republic’s economy for foreign investors. At the same time, it must be recognized that this kind of “internal” media topics contribute to the formation of an adequate perception by the foreign audience of the real situation in Kazakhstan at the present time.

The information picture in Kazakhstan has changed dramatically due to the events that took place in the country in January 2022. The main media topic has become the topic of protests in Kazakhstan and related media topics – the terrorist attack and the Almaty tragedy. Since January 2, 2022, almost all media materials of the Republic of Kazakhstan are devoted to this issue. Materials about peaceful rallies, the protest movement, bandit and terrorist attacks on peaceful cities, about victims of violence were published in Kazakhstan’s newspapers, websites, and social networks, aired on radio and TV channels. The “24 Khabar” TV channel covered the situation in Kazakhstan from the first days of the protest movement. The materials of this TV channel acquired particular importance in the period from January 5 to January 10, 2022, during the escalation of peaceful protests into terrorist attacks by gangster groups on the cities of Kazakhstan and, first of all, on Almaty. For several days, “24 Khabar” TV channel was almost the only source of information for Kazakhstanis and the world community.

There is no doubt that the tragic January events in Kazakhstan had a negative impact on the image of the Republic as a country with a stable political and economic system, attractive for international investment. And now we have evidence to suggest that this will find reflection in the content of publications related to the media topic “Investment attractiveness of the country” in the near future.

The rhetoric of the media topic “N.A. Nazarbayev – the First President of Kazakhstan” has changed significantly. Currently, it can be defined as reflexive, negative. This is evidenced, for example, by the following publications: “Nuzhno uhodit’ vovremya. Razrushennaya reputatsiya Nazarbayeva, shansy Tokayeva i «lovushka» dlya avtokrata” [“It is necessary to leave on time. Destroyed reputation« of Nazarbayev, Tokayev’s chances and «trap» for autocrat”] (“Azattyq”, 13.01.2022); “Gde Nazarbayevy? V poiskah eks-prezidenta i chlenov yego semyi” [“Where are the Nazarbaevs? In search of the ex-president and members of his family”] (“Azattyq”, 12.01.2022); “Otozvan pozvolyavshiy OAE privatizirovat’dve GES dokment – proyekt svyazyvali s Nazarbayevym” [“The document that allowed the UAE to privatize two hydroelectric power stations was withdrawn – the project was associated with Nazarbayev”] (KazTAG, 12.02.2022) and etc.

I am sure that these media topics require more detailed additional analysis and should be the subject of a special research.

Conclusion

So, image media topics are a kind of “intersection point” of the internal and foreign policy interests of the state, their image component. Depending on which image a certain media text is aimed at (image of the country or national identity), the accents and priorities in its content change while keeping its main content unchanged. At the same time, our observations have shown that under certain conditions, almost any media topic can become an image and affect the country’s image in both positive and negative aspects.

The public, and the international community in particular, needs to streamline the endless sea of information, and every organization, including the political system and the state, is interested in ordering this information in a certain way, primarily in its own favor. And if that does, a recognizable positive image of the country is formed in the mass consciousness, which undoubtedly becomes of paramount importance for creating a favorable investment climate, international tourism, cultural and scientific exchange. All this, in turn, will “work” for the further development and strengthening of the country’s attractive image.

In our opinion, image media topics largely determine the media landscape of the Republic of Kazakhstan and are an important condition for the country’s integration into the world cultural, economic and information space.

References

- “Azattyq” (24.12.2020). *Prosto nuzhna politicheskaya volya. Pochemu v Kazakhstane ne rabotayet ni odna strategiya borby s korruptsiyey* [We need political will. Why not one anti-corruption strategy works in Kazakhstan], [online]. Access: <https://rus.azattyq.org/a/anti-corruption-strategies-in-kazakhstan/31015235.html> [10.10.2021].
- “Azattyq” (13.01.2022). *Nuzhno uhodit’ vovremya. Razrushennaya reputatsiya Nazarbayeva, shansy Tokayeva i “lovushka” dlya avtokrata* [It is necessary to leave on time. Destroyed reputation of Nazarbayev, Tokayev’s chances and “trap” for autocrat], [online]. Access: <https://rus.azattyq.org/z/360/2022/1/13> [15.01.2022].
- “Azattyq” (12.01.2022). *Gde Nazarbayevy? V poiskah eks-prezidenta i chlenov yego semyi* [Where are the Nazarbaevs? In search of the ex-president and members of his family], [online]. Access: <https://rus.azattyq.org/z/360/2022/1/12> [15.01.2022].
- Barich, Howard and Kotler, Philip (1991). A framework for marketing image management. *Sloan Management Review*, 32, 94–104.
- Bell, Allan (1991). *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell.
- Bell, Allan (1996). *Approaches to Media Discourse*. London: Blackwell.
- Buhmann, Alexander and Ingenhoff, Diana (2015). Advancing the country image construct from a public relations perspective. From model to measurement. *Journal of Communication Management*, 19(1), 62–80.
- Dijk, Teun Andrianus van (1988). *News Analysis: Case Studies of international and National News in the Press* (Routledge Communication Series). New York, London.
- Dijk, Teun Andrianus van (1989). *Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Moscow: Progress.
- Dinnie, Keith (2008). *Nation branding: concepts, issues, practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Dobrosklonskaya, T.G. (2000). *Voprosy izucheniya mediatekstov* [Some aspects of media texts’ analysis]. Moscow: MGU.

- Dobrosklonskaya, T.G. (2008). *Yazyk sredstv massovoy informatsii [Language of the media]*. Moscow: KDU.
- “Express-K” (06.07.2021). *On mnye ochen ponravilsya – rezhissyor Oliver Stoun o Nursultane Nazarbayeve [I really liked him – filmmaker Oliver Stone about Nursultan Nazarbayev]*. [online]. Access: <https://exk.kz/news/100067/on-mnie-ochien-ponravilsia----riezhisier-olivier-stoun-onursultanic-nazarbaevie> [12.08.2021].
- Fairclough, Norman (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- Fairclough, Norman (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Fan, Ying (2009). *Branding the Nation: Towards a Better Understanding*. London: Brunel University Uxbridge.
- Fowler, Roger (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.
- “Kazakhstanskaya Pravda” (12.10.2021). *Chem zaymyotsya Sovet mudretsov SBMDA, glavoy kotorogo mozhet stat Nursultan Nazarbayev [What the CICBMA Council of Wise Men will do, which Nursultan Nazarbayev may become the head of]*. [online]. Access: <https://www.kazpravda.kz/news/politika/chem-zaimetsya-sovet-mudretsov-svmda-glavoi-kotorogo-mozhet-stat-nursultan-nazarbaev> [10.10.2021].
- KazInform (23.09.2021). *Byushego vitse-ministra finansov Kazakhstana osudili na 4 goda za vzyatku [Former Vice-Minister of Finance of Kazakhstan convicted of bribery for four years]*. [online]. Access: <https://www.inform.kz/ru/archive/1?date=23.09.2021> [24.02.2022].
- KazInform (22.09.2021). *Vneshniy analiz korruptsionnyh riskov v gosorganah provodyat v Nur-Sutane [External analysis of corruption risks in government agencies is carried out in Nur-Sultan]*. [online]. Access: <https://www.inform.kz/ru/archive?date=22.02.2022> [24.02.2022].
- KazInform (27.09.2021). *Pochti 80 del za tri s polovinoj goda napravleno v sudy po faktam korruptsii v sfere ekologii [Almost 80 cases in three and a half years were sent to courts on the facts of corruption in the ecology field]*. [online]. Access: <https://www.inform.kz/ru/archive?-date=27.09.2021> [24.02.2022].
- KazInform (24.09.2021). *Predprinimateli zhaluyutsya na deystviya nalogovyh organov v Nur-Sutane [Entrepreneurs complain against tax administration actions in Nur-Sultan]*. [online]. Access: <https://www.inform.kz/ru/archive?date=24.09.2021> [24.02.2022].
- KazInform (2021). [online]. Access: https://www.inform.kz/ru/korruptciya_t121 [22.10.2021].
- KazInform (30.11.2016). *Obzor: Yedinstvo mnogonatsionalnogo Karagandinskogo kraja – osnova dostizheniy i progressa [Overview: The unity of the multinational Karaganda region is the basis of achievements and progress]*. [online]. Access: https://www.inform.kz/ru/obzor-edinstvo-mnogonatsionalnogo-karagandinskogo-kraja-osnova-dostizheniy-i-progressa_a2975077 [20.10.2021].
- KazInform (29.04.2019). *Nursultan Nazarbayev prizval vospityvat v molodyzhi terpimost i tolerantnost [Nursultan Nazarbayev called to raise forbearance and tolerance among young people]*. [online]. Access: https://lenta.inform.kz/ru/nursultan-nazarbaev-prizval-vospityvat-v-molodezhi-terpimost-i-tolerantnost_a3521845 [20.10.2021].
- KazInform (26.04.2021). *Fotovystavku ko Dnyu yedinstva naroda Kazakhstana organizovali v biblioteke Almaty [Photo exhibition dedicated to the Day of the Kazakhstan Peoples Unity was organized in the Almaty library]*. [online]. Access: https://www.inform.kz/ru/fotovystavku-kodnyu-edinstva-naroda-kazahstana-organizovali-v-biblioteke-almaty_a3781100 [20.10.2021].
- KazInform (01.09.2021). *Svetlana Kim: Yedinstvo naroda Kazakhstana – klyuchevoe slovo v Poslanii Prezidenta [Svetlana Kim: The unity of the Kazakhstan people is the key word in the President’s Address]*. [online]. Access: https://www.inform.kz/ru/svetlana-kim-edinstvo-naroda-kazahstana-klyuchevoe-slovo-v-poslanii-prezidenta_a3831083 [20.10.2021].
- KazInform (15.10.2021). *Opyt Kazakhstana v preduprezhdenii mezhetnicheskikh konfliktov unikalen i vostrebovan – ekspert [Kazakhstan’s experience in preventing interethnic conflicts is unique and demanded – expert]*. [online]. Access: https://www.inform.kz/ru/opyt-kazahstana-v-preduprezhdenii-mezhetnicheskikh-konfliktov-unikalen-i-vostrebovan-ekspert_a3849286 [20.10.2021].
- KazTAG (12.01.2022). *Otozvan pozvol’yavshiy OAE privatizirovat’ dve GES dokument – proyekt svyazyvali s Nazarbayevym [The document that allowed the UAE to privatize two hydroelectric power stations was withdrawn – the project was associated with Nazarbayev]*. [online]. Access: <https://kaztag.kz/ru/news/otozvan-pozvol’yavshiy-oe-privatizirovat-dve-ges-dokument-proekt-svyazyvali-s-nazarbaevym> [15.01.2022].
- “Khabar” (29.09.2021). [online]. Access: www.khabar.kz [30.09.2021].

- Kontseptsiya kulturnoy politiki Respubliki Kazakhstan (2014). [The Concept of Cultural Policy in the Republic of Kazakhstan]. [online]. Access: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31652612#pos=11;-50 [30.09.2021].
- Kunczik, Michael (2001). *Globalization: News media, images of nations and the flow of international capital with special reference to the role of rating agencies*. AP (Februar 2001). Hamburg: Deutsches Übersee-Institut.
- Kunczik, Michael (2003). Transnational public relations by foreign governments. In: K. Sriramesh and D. Vercic (eds). *Global Public Relations Handbook: Theory, Research and Practice*. New York: Routledge, 399–424.
- Montgomery, Martin (1990). *Meanings and the Media: Studies in the discourse analysis of media texts*. Glasgow: University of Strathclyde.
- Montgomery, Martin (1992). *Introduction to Language and Society*. London: OUP.
- Montgomery, Martin (1996). *The Media*. London: British Council.
- Nazarbayev, Nursultan A. (2007). Strategiya “Kazakhstan – 2030” na Novom etape razvitiya Kazakhstana. 30 vazhneyshyh napravleniy nashey vnutrenney i vneshey politiki. Poslaniye Prezidenta Respubliki Kazakhstan narodu Kazakhstana [Strategy “Kazakhstan – 2030” on the new stage of the Kazakhstan development. 30 most important directions of our domestic and foreign policy: The President of the Republic of Kazakhstan Message to the people of Kazakhstan]. *Kazakhstanskaya Pravda*, March 1, 2007.
- NUR.KZ (08.09.2021). *Nazarbayev obratilsya k uchastnikam plenarnogo zasedaniya OON (video)* [Nazarbayev welcomed participants to the plenary session of the UN General Assembly (video)]. [online]. Access: <https://www.nur.kz/politics/universe/1931119-nazarbaev-obratilsya-k-uchastnikam-plenarnogo-zasedaniya-generalnoy-assamblei-oon/> [30.09.2021].
- Official website of the First President of the Republic of Kazakhstan – Elbasy Nursultan Nazarbayev. [online]. Access: <https://elbasy.kz/ru/nursultan-nazarbaev> [15.10.2021].
- Pocheptsov, G.G. (2001). *Pablik rileyshnz dlya professionalov* [Public relations for professionals]. Kiev: Wakler.
- Pupkova, A. (2015). Mezhdunarodnyi imidzh strany: teoreticheskiye aspekty [International image of the country: theoretical aspects]. *Informatsionno-analiticheskiy zhurnal “Politicheskoye obrazovaniye”* [Information and analytical journal “Political Education”], 22.04.2015, [online]. Access: <http://lawinrussia.ru/content/mezhdunarodnyy-imidzh-strany-teoreticheskie-aspekty> [10.10.2021].
- “Qazaq TV” (2021). *About us*. [online]. Access: <https://qazaqtv.com/en/about-channel> [10.10.2021].
- Rusciano, Frank (2003). The construction of national identity. *A 23-nation study*. *Political Research Quarterly*, 56, 361–366.
- Rusciano, Frank, Fiske-Rusciano Roberta and Wang, Minmin (1997). The impact of “world opinion” on national identity. *International Journal of Press. Politics*, 2, 71–92.
- Semenenko, I.S. (2008). Obrazy i imidzhi v diskurse natsionalnoy identichnosti [Pictures and images in the discourse of national identity]. *Polis. Politicheskoye issledovaniya* [Policy. Political studies], 5, 7–15.
- Smith, Anthony David (1991). *National Identity*. Reno: University of Nevada Press.
- “Tengrinews” (31.03.2021). *Nazarbayev obratilsya s predlozheniyem k turkskim stranam* [Nazarbayev made a proposal to the Turkic countries]. [online]. Access: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/nazarbaev-obratilsya-s-predlozheniem-k-tyurkskim-stranam-433196/ [30.09.2021].
- Zasurskiy, Ya.N. (2007). Media tekst v kontekste konvergentsii [Media text in the context of convergence]. *Yazyk sovremennoy zhurnalistiki. Sbornik statey* [The language of modern journalism. Collection of articles], Moscow: Flinta, Nauka.

Summary

This article aims to analyse and discuss the main image media topics in the media of the Republic of Kazakhstan since such materials largely determine the media landscape of Kazakhstan and are positioning the country in the international information space. The analytical-synthetic method is the methodological basis for the research.

Additional methods were also used: comparative and inductive-deductive methods, synthesis, generalization, interpretation, analysis of scientific literature, journalistic and scientific articles, as well as content analysis and elements of meta-analysis. The author focuses on the fact that image media topics should be distinguished from media topics aimed at the formation of national identity. At the same time, it is emphasized that under certain conditions, almost any media topic can become an image and affects the country's image in both positive and negative aspects. These issues are considered in the context of the strengthening of globalization processes.

Tematyka wizerunku w środkach masowego przekazu Republiki Kazachstanu

Streszczenie

Celem niniejszego artykułu jest przeanalizowanie i omówienie głównych wizerunkowych tematów medialnych w środkach masowego przekazu Republiki Kazachstanu, ponieważ właśnie takie materiały w największym stopniu wyznaczają medialandszaft Kazachstanu i pozycjonują kraj w międzynarodowym obszarze informacyjnym. Podczas badania autorka korzystała głównie z metody analityczno-syntetycznej. Jako dodatkowe metody zostały wykorzystane: stosunkowo-porównawcza i indukcyjno-dedukcyjna, metoda syntezy, uogólniania, interpretacji, analizy literatury naukowej, publicystycznych i naukowych artykułów, a również analiza treści i elementy metaanalizy. W artykule akcentuje się, że wizerunkowe tematy medialne warto odróżniać od tych, które są skierowane na kształtowanie tożsamości narodowej. Przy czym podkreśla się, że pod warunkiem zachowania pewnych zasad dowolny wizerunkowy temat medialny może przetworzyć się w image'owy, który zdolny jest wpływać na image państwa zarówno pozytywnie, jak i negatywnie. Prezentowane w artykule kwestie należy rozpatrywać w kontekście wzmocnienia współczesnych procesów globalizacji.

Gabriella Rácsok

ORCID: 0000-0001-7414-8137

Sárospatak Reformed Theological Academy

Some thoughts on film as a possible means in the mission of the church in the context of today's changing religiosity

Keywords: culture, mission of the church, functions of religion, subjective turn, theology and film

Słowa kluczowe: kultura, misja Kościoła, funkcje religii, zwrot subiektywny, teologia i film

Introduction: The missionaries and the white chicken

One of the most important figures in film criticism and film theory, André Bazin (2002, p. 12), highlights a particular phenomenon for his readers from a 1940 issue of the film journal “Revue de Filmologie”. British missionaries wanted to test the didactic potential of film on black audiences in South Africa. After showing a film carefully selected by the missionaries, they asked the audience to tell what they had seen. To the amazement of the questioners, the unanimous answer was “a white chicken”. The missionaries did not remember the white chicken from the film, so they watched it again, in which, once again, they did not see the animal observed by the locals. It was only when they watched the film again in slow motion that they noticed a glimpse of a white chicken in the corner of a few frames, which had no relevance to the message of the film. Yet it seemed to the viewers to be the most important thing they saw.

This example from over 80 years ago illustrates the issues that lie behind the theme of film as a missionary tool. Thinking about film as a possible medium assisting the ministry of the church is almost as old as thinking about the motion picture and cinema itself¹. If, from the second half of the 20th century, film art – mass reception of which far surpasses that of other and older art

¹ Herbert A. Jump, a North American Congregationalist pastor, in his booklet printed in 1910 for private distribution, already saw great potential in the motion picture for the church and discussed how “motion picture parables” taken from contemporary life could be used to better illuminate the message of a sermon.

forms – can be seen as the dominant art form of our time², the question arises as to whether it can become a suitable means for the church to communicate and convey the Gospel, or not, and whether it can have an impact on people's attitude to religion and religiousness. In order to find answers to these questions and to related "how's", it is first necessary to examine the role of religion itself in the life of contemporary individual and the impact of changing social processes on the religiousness of the individual.

Subjective turn

Social processes and changes in religiosity are usually linked to the concept of secularisation described along various dimensions (e.g., Dobbelaere, 2004, pp. 29–43; Casanova, 1994, pp. 19–39). Secularisation, placing society at the centre of its definition, is the process in which the meaning-making function of religion is withdrawn, leading to the organisational transformation of the church and the phenomenon of what can be described, in simplified terms, as the loss of roots in the lives of individuals or the decline of religious practice, with the result that religion, which was once all-embracing, is relegated to the private sphere. From the point of view of the individual, secularisation is also a process that takes place in meaning-making, whereby the elements of meaning-making and the way in which they are related to each other can be chosen by the individual from among co-existing truths. In this process, the role of institutionalised religion is naturally diminished (Berger, 1969, pp. 16–18; Hervieu-Léger, 2000, pp. 33–34).

If we focus on the contexts of religiosity in defining secularisation, we come to the term "subjective turn" coined by Charles Taylor (2003, p. 26). This subjective turn can be described by the following tendencies: the monopoly of religious traditions is replaced by a pluralistic cultural context in which religious traditions become commodities; the individual's religious quest retracts to the personal sphere, there is no need for institutional mediation; the meaning making of the individual turns from the intellectual to the emotional; his/her need for referring to something in order to experience fullness turns from the transcendent to the immanent (Taylor, 2007, pp. 505–511); his/her religiosity turns from dogmatic to experiential (Tomka, 2001, p. 427). Furthermore, the religiosity of the subjective turn is characterized by "believing without belonging" that seeks sources of religious contexts and experiences without permanent commitment to institutionalized forms of religion (Davie, 1995), and the internal motivations of religiousness become stronger over against external ones; "prescribed religion" is replaced by "acquired religion" (Warner, 1993, pp. 1044–1093), which brings along a reflective character in opposition to the former *nadve* one (Taylor, 2007, p. 13). Along with this, the need for experiences seems to increase the role of mass media in the life of today's people.

² According to Bazin (2002, p. 8), film plays the same role in our time as chronicles and architecture in the Middle Ages, painting in the 16th century, or fiction in the 19th century.

A functional approach to religion and the religious functions of film

When speaking about Christian mission, it is always a question in what culture the church seeks to proclaim the message entrusted to it. The way in which a message is proclaimed is determined not only by the proclaimer, but also by the personality and culture of the recipients, the context in which the message is delivered, and the widespread and accessible methods of communication. Ideas about religion, attitudes towards religion and the role of religiosity are of paramount importance in this matter. Religion and religiosity are also decisive for the individual due to their meaning-making role, in which a significant change can be observed in what we call the subjective turn. All of this is influenced by the media that dominates the communication of our present time, including the film medium.

Definitions focusing on the phenomenon of religion can generally be divided into two broad categories: functional and substantive definitions. The substantive approach aims at describing the essential, substantive elements of religion, thus focusing on the beliefs of a particular religious culture, while the functional approach describes the tasks and functions of religion in the lives of individuals and societies.

By means of the functional definition of religion the religious functions of film can be described as well. Cultural-anthropological, sociological, psychological and theological approaches to religion make describing it partly as a human need to find and make meaning possible. Meaning making is the connecting point between media and religion, since it is in this process, among other things, that media and religion interact. In addition to or instead of institutional religion, people today have other sources that provide schemata to help them master the religious meaning-system³. With the expansion of the interpersonal communication space, special intermediaries and media have emerged in this process, which, in addition to the forms of communication, have also resulted in a change of content. As part of mediatization, the media have become a dominant factor as a channel, language and communication environment in individual religious practice, institutional religion and religious symbolic content⁴. As a result of the process of mediatization, religion and the media mix and clash in the cultural experience of the media audience, and there is an increasing emphasis on “media-generated” reflection, all of which tends to increase scepticism about institutional authority (Hoover, 2006, pp. 1–2, 11).

Those who study the process of meaning-making outside the traditional institutional religion, prefer to turn to Clifford Geertz’s definition of religion (2000, p. 90), according to which “[...] a religion is 1) a system of symbols which

³ The meaning-system in this sense is synonymous with concepts such as “worldview”, “frame of reference”, “value orientation”, etc. (Bainbridge and Stark, 1981, p. 1).

⁴ Joshua Meyrowitz’s triple media metaphor (mentioned in his article titled *Tre paradigmmer i medieforskningen*) is described by Hjarvard (2008, pp. 926).

act to 2) establish powerful, persuasive, and long-lasting moods and motivations in men by 3) formulating conceptions of a general order of existence and 4) clothing these conceptions with such an aura of factuality that 5) the moods and motivations seem uniquely realistic”.

According to John Lyden (2003, pp. 44–48), the religious functions named by Geertz can also be fulfilled by film. Film can also be seen as a system of symbols, namely a system of visual and narrative symbols that convey world views and value systems. These mediated worldviews and value systems create moods (e.g., calmness, hope, etc.)⁵ and motivations (e.g., do good, be true to yourself, love your family, etc.). Cinematic narratives can also serve as models of reality and as models for reality: they describe the world as it is, but also show what it should be like. Just like religion, film is part of the complex relationship between the ideal and the real/actual, both offering a worldview and an ethos. In film the world is usually seen as one in which good triumphs over evil, and if a film deviates from this convention, it causes anxiety in the viewer. Many people escape from everyday life to the movies, because the world portrayed in films is usually more orderly, more beautiful, and films often end happily: sin is punished, virtue is rewarded, families are reunited, lovers find each other. Although cinematic narratives present many conflicts and tensions, they are usually resolved within the time frame set by the film, i.e., during the movie-watching experience. Even if not all films, or not for all characters, end with a happy ending, film can give the impression that justice and order exist, even if some things remain unexplained or seem unfair. Films that convey unacceptable norms present alternative ways of dealing with chaos. Film-watching as a rite can be recognized, among other things, in the involvement of the viewer, as he/she cries out in fear, laughs at a joke or weeps tears over a scene. In communal film watching, the presence and reactions of others can serve as a control or reinforcement of one's reactions, which can also fill the viewer with a sense of reality. Even though the viewers know that it is not “reality”, the films take on a dimension of realism in the context of film watching.

Although in the subjective turn people break away from religious narratives, they still need guiding symbolic stories to help give meaning to life. At this point, the question is how watching or interpreting a film becomes meaningful, and what makes a film religious. All these, of course, do not answer the question what makes a film religious. To answer this, it seems useful to distinguish between understanding the plot of a film (*ars intelligendi*) and assigning abstract (e.g., religious, ideological, psychological) meaning to a film (*ars explicandi*), since meaning is revealed by combining these two compounds. Central to this process is the role of the recipient, who does not receive the

⁵ It is true not only of the film narrative but also of the encounter with the motion picture, that it affects the intellect as well as the emotions. Individuals respond to images collectively and separately on at least two levels: intuitive-affective and rational-effective. Through the intuitive dimension, the visual arts convey ideals and meaning through colours and proportions, while form and placement (composition) denote modes of visual communication that appeal to the rational (Apostolos-Cappadona, 2009, p. 442).

meaning ready-made, but creates it (Bordwell, 1991, pp. 2–3). Through the moments of understanding and interpreting, the viewer becomes, and through a complex process of meaning-making, the film becomes a peculiar work of art in the viewer. What also follows that it is often not the nature of the film plot itself or the author's/director's intention that determines the religious character of a film, but the interpretation of the recipient/viewer.

Theology and film: From illustration through dialogue to encounter

Setting out from the transcendent function of religion (Lynch, 2005, p. 28), theological approaches to film become possible. In linking theology and film, our inquiry (Can God be experienced through the film medium? What beliefs can the film medium convey? How do films and film viewers become part of the discourse on God?) cannot be confined exclusively to academic or church circles (Käßmann, 2006, p. 60), but should include the wider public, social spheres as well, in entirely or in less explicit ways, depending on what issues arise, whether they specifically relate to God (theology in a narrow sense), or to the big question of the human condition (questions of anthropology). Since the incarnation of the divine broke through the separation of the eternal and the finite, the divine and the human, it allows us not to set the two against each other (Brinkman, 2012, pp. 24–25).

In establishing the relationship between theology and film, there is an understandable demand that film can be an illustrative aid for theology. This can mean not only the movie adaptation of biblical stories, but also the illustration of theological propositions, subjectively experienced religious truths or ethical dilemmas. According to Steve Nolan (2003, pp. 169–78), in this case, theological film criticism is looking for “cinematic analogies”. This also typically includes theological film criticism that focuses on the director's intentions or the director's biography as a religious background. In this approach, that emphasizes the illustrative function and, according to Robert K. Johnston (2006, pp. 70–73), classifies cinematography as a maidservant, we encounter a static conception of theology. (According to Johnston, it also follows that a film can be religious without explicitly religious symbols and forms, as long as it gives an authentic representation of the human condition.) Theology exhibits a kind of heteronomous attitude (May, 1982, pp. 23–43), whereby the evaluation criteria for the relationship between theology and film are determined by theology. This approach tends to see connections between film and other texts that exist only in the mind of the interpreter (Wright, 2007, p. 20)⁶.

⁶ An example of this is the first part of the *Matrix* trilogy, some scenes of which were used as the basis for a Christian evangelisation campaign, with the conviction that they were covertly conveying Christian orthodox doctrines. Or it became the means of fearmongering with the conviction that it covertly communicated Christian Gnostic teachings. Or in the same way,

A more dynamic understanding of the relationship between theology and film is reflected when theology looks at film as a “text” that can be placed alongside other “texts”, allowing for a dialogue. This dialogue is conditional on respect for the differing languages of the “texts”. Starting from the connective capacity of theological discourse, the context of the relationship between theology and film seems to be a proper place for doing theology. Theological discourse in the case of films retelling biblical stories or depicting theological truths can link the biblical times and/or church tradition to cinematic adaptation, that is, the era of the film’s production (or of the director’s), by forming a kind of mutually illuminating interpretive arch or hermeneutical circle between the two. The linkage can be made by juxtaposing the context of the author of the biblical text with that of the filmmaker, so that a comparison of the two can shed more light on either the biblical text or the filmic production (e.g., Jewett, 1993, 1999; Kreitzer, 1993, 1994, 1999, 2002). The context of the viewer interpreting (his or her other experiences and the context of the film-watching itself) is also crucial in this linkage, as it seems unlikely that without prior biblical or religious paradigms, the viewer can attribute religious or theological meaning to a film. This meaning-making process in the viewer may be accompanied by experiences or expectations of being transformed. The interpreting task of theology in this case is not to tell the viewer what to find in the film, but to help place the constructed meaning, lived experience or formulated alternatives into a theological or religious framework.

Faith can also be understood along aesthetic categories. We can speak of an experience “of sensual conception and therefore of aesthetic” by nature in which “[...] what has been hidden in the depths of one’s likeness to God since birth and is now suddenly discovered, becomes evident and clear to the person; namely, God, who has left God’s mark on the person and is in contact with the person, becomes known” (Békési, 2010, p. 39). Such recognition-like experiences of God (*inventio*) may arise while watching a film, and “[...] may later become theoretical and practical knowledge” (*certa notitia*)⁷ (Békési, 2010, p. 40) in a reflective way, but these experiences of God are not sufficient in themselves to know God, even if experiencing God may arise from God’s being. In this case, watching a film does not raise hermeneutical questions, but focuses on the experience itself and its interpretation. Watching a film is also being engaged, being involved: the viewer becomes part of the cinematic narrative, coming into contact with the transcendent as he/she experiences or relives, either empathetically or by analogy, the existential questions of the characters (meaning of life, meaning-making, values). We can speak of several

it was often cited as a cinematic illustration of certain elements of Buddhism and Hinduism (cf. Blizek, 2009, pp. 19–28).

⁷ A reference to the 21st question and answer of the Heidelberg Catechism (1563) on true faith, which names three elements: sure knowledge (*certa notitia*), holding as true (*assensus*) and wholehearted trust (*fiducia*).

types of transcendence⁸: on the one hand, when the self rises above and outside of oneself while reflecting on one's own existence, and on the other hand, when the self rises above and outside of oneself in order to meet the O/other. All this raises and necessitates the affirmation of experience and emotion as sources of theology in their rightful place, which does not mean giving up the order of the sources of theology (from special revelation to experience).

In the context of the subjective turn in religion, narrative theology seems to be the most suitable approach to the encounter of theology and film (Pope, 2007, pp. 29–32; Bergessen, 2003, pp. 25–26). Film has become the main storyteller by the beginning of the 21st century. Films tell stories by presenting human conditions and events, which, by means of aesthetic experience (the viewer's being drawn into the story), may become possible alternatives for the viewer: he/she may bring his/her own story into the film or place it alongside or even in opposition to it. The mission of the church in this situation is to help today's individual find the biblical creation-fall-redemption-consummation narrative as a framework for meaning making, that is, to help connect the subjective side of religion to the objective one. In other words, the mission of the church is to point to God's story, in which human life can find meaning, that is, to point to the question what the real story is, in which our life-stories are also included. This also means that theology can rightly claim to have understood this biblical narrative in its theological formulations, but at the same time it is to renounce its claim to have understood and expounded this truth in its fullness. All reality is interpreted reality. In view of this, we should be able to accept that interpreting the biblical narrative solely in confessional dogmatic frameworks also has its limitations. Contemporary cultural and cinematic interpretations of the biblical narrative should not necessarily be seen as empty relativism, but may help better understanding and thus enrich the biblical text and our contexts with their fresh insights. To do this we need the ability to hear and to listen to the stories of others, be it the story of the filmmaker or the viewer. Theology thus becomes a discourse on God as a reflection on the Word of God (special revelation), while reflecting on the various motivations (anthropology) of one's religious quest (search for God, desire for transcendence) and on those metaphors or analogies of redemption/salvation that seem to be the most useful in understanding the biblical narrative, and which are suitably presented and communicated by films.

In the encounter of theology and film, the interaction takes place at various levels. On the one hand, we may seek to answer the question to what extent film contributes to the way theology is seen and heard in contemporary society. On the other hand, we may examine what films and watching films do to people

⁸ The change in the concept of religion and religiosity has also brought with it a change in the concept of transcendence. Taking these changes into account, Wessel Stoker (2012, pp. 5–28) distinguishes four types of transcendence. Each type also reflects a particular concept of revelation and culture. His typology seems to be suitable for comparing the theological, artistic and cultural conceptions of transcendence. The types also show a shift from vertical transcendence towards horizontal transcendence.

(whether religious or not) concerning theological themes. Meanwhile, we may also observe what theological themes emerge as a fruit of this interaction. The exploration of the religious functions and theological significance of film takes place in the space between the religiosity (spirituality, implicit religion) of the subjective turn and specific religious and theological traditions. Exciting dialogues may develop about what beliefs, opinions or questions are surfacing about God, faith, humans, redemption, and hope in particular interactions.

Karl Barth and the true words of culture

From the point of view of our topic, rethinking the theological understanding of culture is inevitable. This is true even if we do not have the space to expand the countless theories that have been put forward. Although Paul Tillich is probably the most cited Protestant theologian in the discourse on theology/religion and film (e.g., Bird, 1982, pp. 3–22; May, 1982, pp. 23–43; Marsh, 2006, pp. 20–34; Graham, 2006, pp. 35–43; Lyden, 2003; Brant, 2012⁹), we choose to present the approach of Karl Barth, who is less frequently cited on this topic.

Barth (1976, p. 120) describes the world as a world of “mixed and relative secularism”. It is a world that knows Christianity, cannot help knowing it, but has learned how to live with it in a decent way without allowing Christianity to penetrate all that lies behind secularised ideas and desires – which Christianity could and should be able to do if it is to truly proclaim the message it is entrusted with. This is a world of “Christian” or “Christianised” culture, in which “godlessness” the call of God is also heard. In this, Barth (1976, p. 113) draws a parallel between Jesus’ parables of the kingdom of God and the signs and words of the secular sphere. Jesus spoke of God and the kingdom of God in stories about ordinary life, as if they were “photographs of everyday happenings”. But the stories are transformed in Jesus’ narration: “[...] these everyday happenings become what they were not before, and what they cannot be in and of themselves”. When Jesus tells these stories of “[...] labourers, householders, kings, fathers, sons, etc.”, at once they are about something else. According to Barth, Jesus’ parables are prototypes of an order in which “[...] there can be other true words alongside the one Word of God, created and determined by it, exactly corresponding to it, fully serving it, and therefore enjoying its power and authority”. We can and should be prepared to encounter parables of the kingdom outside the witness of Scripture and the church, that is, in the secular sphere (Barth, 1976, p. 117). Barth (1976, p. 125) also lists several signs and phenomena (in nature, in the human condition) that are strikingly often found *extra muros ecclesiae*, in circles that know little or nothing about Scripture

⁹ Brant (2012), who gives the most comprehensive analysis of Tillich’s theology of culture in relation to film and theology, makes Tillich outright a “theologian of film” because of his method of correlation.

or what the church preaches. No matter how alien these forms may be, their language is that of true words, the parables of the kingdom of heaven.

Barth (1976, pp. 96–99) sees culture as a human action and product that, if given the opportunity to be what it is (human), and not assumed to be what it cannot be (divine), can glorify God. The words found in the world, if they are guided by the Word of God, can become *analogia gratia*, unconscious, involuntary witnesses of Revelation. These words do not have to be “sacral”, since the Word of God has reconciled all things to God, and God’s rule has no limits. This point of view is the reason for Barth’s fascination with Mozart’s music, since he believed that the artist was interested in making music, not in conveying some powerful message. If it delights, music can remain music. By analogy, film can remain film, and ultimately art can remain art, and in this way, it can have theological significance, provided that it recognises its own function as a creature and wants nothing more or less than that (Pope, 2007, p. 17).

Relying on Barth, Gerard Loughlin (2004, pp. xiii–xiv) urges us not to ignore the other words of motion pictures that may seem alien to us. It may be that they merely echo the parables of Jesus, even only as background noise alongside the voices of other gospels and other redeemers, but it may also be that we encounter in them and through them, stories or images of the parables of the kingdom of God in the Barthian sense. In the words of the authors Craig Detweiler and Berry Taylor (2003, p. 17), they can become the “burning bushes” (cf. Exod 3), “talking donkeys” (cf. Num 22:21–39), or “seemingly silent stones” (cf. Lk 19:40) of our time.

Contextual theological approaches to culture

Since film as an intermediary means enables transcultural (and cross-cultural) communication and contextualization, it allows us to view the relationship between theology and film from the perspective of contextual theological approaches to culture. When theology looks at film merely as at an instrument for illustrating, it may correspond to the translational contextualization model¹⁰. For mission it means translating the Gospel into the language of the cinematic medium or contemporary popular culture in order to communicate the message more effectively. (Mostly formal equivalence can be found in the so-called Jesus movies.)¹¹. The transcultural contextualization model¹² takes into account the host culture, and seeks ways in which the

¹⁰ Perhaps the most widespread, popular and oldest model of contextualization is the translation model, which is mostly associated with Charles H. Kraft (1979).

¹¹ The Gospels themselves are interpretations and interpretative, or contextualizations and contextualizing (e.g., with their implicit Christology), consequently every film about Jesus is also an interpretation of interpretations, or contextualization of contextualizations. The Jesus of the films is not the canonized or dogmatized Jesus of the church’s faith.

¹² Kraft (1979, pp. 280–290, 297) also uses the concept of transculturation, that denotes in relation to cultures what translation means in relation to languages.

Gospel can be relevant in that particular culture. This approach takes into consideration that the receiver has his/her own culture and context, and recognizes that the needs of the context are important, and that the Gospel is to address these needs in relevant ways. In the relationship of theology and film it is still theology that sets the direction for interpretation; its own interpretation paradigms suggest implicit religious or theological content and significance for the receiver/viewer. (The hidden Christ-figures in film may be an example.)¹³ The transformational contextualization model¹⁴ recognizes that the receiver, due to his or her own cultural context, filters the message communicated to him/her in such a way that the Gospel comes to him or her in a different light. The Gospel as text enters interaction at several levels; it interacts with the contexts of the filmmaker (director, cinematographer, actor, etc.) and the viewer. Both text and context are transformed. New dimensions may be revealed in the Gospel that have not been revealed in other contexts. This does not mean that the (cinematic) representation of the Gospel becomes unfaithful to its original context or meaning, but it is transformed in such a way that the recipient finds the new level of meaning relevant to his/her situation. This model is about meaning-making, requires constant reflection, and nuances the meaning of the Gospel for particular contexts. In the course of reflection (reflective involvement) the viewer is also transformed, an alternate reality takes hold on him/her (*inventio*). At the same time, the transformational contextualization model allows the Gospel to take a critical approach to culture, including contemporary culture mediated by film, and to say “no” to its dehumanizing forms and contents. This, however, belongs to issues of communication or media ethics.

Conclusion

Theology cannot ignore contemporary culture, including film, in several respects. Wilhelm Gräb (2006, p. 16), among others, considers it essential to link biblical hermeneutics with hermeneutics of the present or of culture: the interpretation of biblical texts should be linked with the interpretation of the present:

¹³ The literature pertaining to the subject uniformly identifies a film as a Christ film in which the characters, plot or other details remind us of the story of Jesus in the Gospels, even though they do not tell it. Instead of biographical treatment, i.e., historical fidelity, the focus is on Christhood, i.e., the articulation of Jesus’ messianic mission in a historically unlimited context. We are thus dealing with a kind of contemporary cultural interpretation of the incarnation. The literature on Christ films has developed a variety of criteria to help the viewer recognise the implicit or hidden Christ figure in a film, understand when a character can be identified with Christ, and indeed what the purpose of this identification is.

¹⁴ Its essence is “renewal” and “transformation”. with an emphasis on both continuity and discontinuity. The former is the divine “yes” pronounced on the restoration of creation, the latter is the divine “no” pronounced on the corruption and distortion caused by sin (Goheen, 2000, p. 294).

Only [...] the perception and interpretation of contemporary culture can provide information, as it appears in everyday life and above all in the media, about the symbolic worlds and interpretations of existence that surround people, the rules of conduct that they regard as authoritative, the forms of life they develop, the values and norms they communicate. Only if we have information about these things can we draw conclusions from the biblical texts that are relevant to the present day and have religious significance.

Contemporary culture both reflects and shapes who we are as human beings; it has become a channel for social discourse (a forum for discussing values, ideas, moral convictions); the *lingua franca* of the postmodern world – today's young people are better informed in a rapidly changing culture of fragmented information through audio-visual texts rather than print-based culture; and finally, it gives voice to previously unheard voices, not from "above" but from "below" through the channels of popular culture. In popular culture, there is a dialogue going on about God in the vernacular of our times, a dialogue in which the church is often not involved and often not even aware of. In this sense, popular culture can be seen as a marketplace of our time, where the great questions of human existence can be heard and discussed (Detweiler and Taylor, 2003, pp. 19–27).

For today's individual, characterized by a subjective turn in his/her religiosity, there is a growing need for experience. In this context film as an audio-visual medium calls for a place in the mission of the church. This also means that film as a community medium can provide theology with source materials appropriate for the analysis of the human condition, thereby helping the church participating in God's mission gain a better understanding of the context receiving the Gospel.

According to a typical but simplistic understanding of the relationship between theology and film, film can only illustrate theological content, that is, it can be used as an aid or, at its best, as a dialogue partner of theology. Mission as interaction between the Gospel and culture allows for a more dynamic relationship between theology and film.

Film or cinema "Christologies", "soteriologies" and "anthropologies" can be understood as the true words of popular culture of our time, which are unconscious witnesses to the one True Word. But they can also be understood as legitimately inculturated or contextualized interpretations of the Gospel that tell God's story, the Christ-event, in a way (in a language) that can (also) be understood outside the church. Just as in the first case we should not forget the transitory nature of secular witnesses, so in the second case we should not forget the partial (i.e., not general but actual) nature of inculturated or contextualized interpretation.

Bibliography

- Apostolos-Cappadona, Diane (2009). Iconography. In: Lyden, John (ed.). *The Routledge Companion to Religion and Film*. London – New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 440–464.
- Bainbridge, William S. and Stark, Rodney (1981). The 'consciousness reformation' reconsidered. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 1(20), 1–16.
- Barth, Karl (1976). *Church Dogmatics IV/3/I: The Doctrine of Reconciliation*. Transl. Geoffrey W. Bromiley. Edinburgh: T&T Clark.
- Bazin, André (2002). Korunk nyelve. In: Bazin, André. *Mi a film?* Transl. János Brencsán. Budapest: Osiris Kiadó, 7–15.
- Békési, Sándor (2010). *ERGON – A keresztyén esztétika teológiája*. Budapest: Mundus Könyvek.
- Berger, Peter L. (1969). *The Sacred Canopy – Elements of a Sociological Theory of Religion*. Garden City, NY: Anchor Books.
- Bergessen, Albert J. (2003). Movies as story and metaphor. In: Bergessen, Albert J. and Greeley, Andrew M. (eds.). *God in the Movies*. New Brunswick – London: Transaction Publishers, 15–26.
- Bird, Michael (1982). Film as hierophany. In: May, John R. and Bird, Michael (eds.). *Religion in Film*. Knoxville, TN: University of Tennessee Press, 3–22.
- Blizek, William L. (2009). Religion and the movies. In: Blizek, William L. (ed.). *The Continuum Companion to Religion and Film*. London – New York: Continuum, 19–28.
- Bordwell, David (1991). *Making Meaning – Inference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brant, Jonathan (2012). *Paul Tillich and the Possibility of Revelation through Film*. Oxford: Oxford University Press.
- Brinkman, Martien E. (2012). Is there a reciprocal relation between anthropology and christology? *Sárospataki Füzetek*, 1(16), 17–26.
- Casanova, José (1994). *Public Religions in the Modern World*. Chicago: University of Chicago Press.
- Davie, Grace (1995). *Religion in Britain since 1945: Believing without Belonging*. Oxford: Blackwell.
- Detweiler, Craig and Taylor, Barry (2003). *A Matrix of Meanings – Finding God in Pop Culture*. Grand Rapids, MI: Baker Academic.
- Dobbelaere, Karel (2004). *Secularization: An analysis at three levels*. Brussels: Peter Lang.
- Geertz, Clifford (2000). Religion as a cultural system. In: Geertz, Clifford. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Book, 87–125.
- Goheen, Michael W. (2000). „As the Father Has Sent Me, I Am Sending You”: J. E. Lesslie Newbigin's *Missionary Ecclesiology*. Zoetermeer: Uitgeverij Boekencentrum.
- Gráb, Wilhelm (2006). Ésszerű – korszerű – életszerű. In: Huber, Wolfgang (ed.). *Milyen a jó teológia?* Budapest: Kálvin Kiadó, 9–25.
- Graham, David John (2006). The uses of film in theology. In: Marsh, Clive and Ortiz, Gaye (eds.). *Explorations in Theology and Film*. Oxford: Blackwell Publishing, 35–43.
- Hervieu-Léger, Danièle (2000). *Religion as a Chain of Memory*. Transl. Simon Lee. Cambridge: Polity Press.
- Hjarvard, Stig (2008). The mediatization of religion – A theory of the media as an agent of religious change. *Northern Lights*, 1(6), 9–26.
- Hoover, Stewart M. (2006). *Religion in the Media Age*. London – New York: Routledge.
- Jewett, Robert (1993). *Saint Paul at the Movies – The Apostle's Dialogue with American Culture*. Louisville, KY: Westminster/John Knox Press.
- Jewett, Robert (1999). *Saint Paul Returns to the Movies – Triumph over Shame*. Grand Rapids, MI – Cambridge: Eerdmans.
- Johnston, Robert K. (2006). *Reel Spirituality – Theology and Film in Dialogue*. Grand Rapids, MI: Baker Academic.
- Jump, Herbert A. (1910). *The Religious Possibilities of Motion Picture*. New Britain, Connecticut.
- Käbmann, Margot (2006). Közbevetett sóhaj a jó teológiáért. In: Huber, Wolfgang (ed.). *Milyen a jó teológia?* Budapest: Kálvin Kiadó, 59–69.
- Kraft, Charles H. (1979). *Christianity in Culture – A Study in Dynamic Biblical Theologizing in Cross-Cultural Perspective*. Markynoll, NY: Orbis Books.
- Kreitzer, Larry J. (1993). *The New Testament in Fiction and Film – On Reversing the Hermeneutical Flow*. Sheffield: Sheffield Academic Press.

- Kreitzer, Larry J. (1994). *The Old Testament in Fiction and Film – On Reversing the Hermeneutical Flow*. Sheffield: Sheffield Academic Press.
- Kreitzer, Larry J. (1999). *Pauline Images in Fiction and Film*. Sheffield: Sheffield Academic Press.
- Kreitzer, Larry J. (2002). *Gospel Images in Fiction and Film – On Reversing the Hermeneutical Flow*. London – New York: Continuum.
- Loughlin, Gerard (2004). *Alien Sex – The Body and Desire in Cinema and Theology*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Lyden, John (2003). *Film as Religion – Myths, Morals, and Rituals*. New York: New York University Press.
- Lynch, Gordon (2005). *Understanding Theology and Popular Culture*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Marsh, Clive (2006). Film and theologies of culture. In: Marsh, Clive and Ortiz, Gaye (eds.). *Explorations in Theology and Film*. Oxford: Blackwell Publishing, 20–34.
- May, John R. (1982). Visual story and the religious interpretation of film. In: May, John R. and Bird, Michael (eds.). *Religion in Film*. Knoxville, TN: University of Tennessee Press, 23–43.
- Nolan, Steve (2003). Towards a new religious film criticism: Using film to understand religious identity rather than locate cinematic analogue. In: Mitchell, Jolyon P. and Marriage, Sophia (eds.). *Mediating Religion: Studies in Media, Religion and Culture*. London – New York: Continuum, 169–178.
- Pope, Robert (2007). *Salvation in Celluloid – Theology, Imagination and Film*. London – New York: T&T Clark/Continuum.
- Stoker, Wessel (2012). Culture and transcendence: A typology. In: Stoker, Wessel and van der Merwe, W.L. (eds.). *Looking Beyond? Shifting Views of Transcendence in Philosophy, Theology, Art, and Politics*. Amsterdam – New York: Rodopi, 5–28.
- Taylor, Charles (2003). *The Ethics of Authenticity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Taylor, Charles (2007). *A Secular Age*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Tomka, Miklós (2001). Hagymányos vallási értékek a modern társadalomban. *Educatio*, 3(10), 419–433.
- Warner, Stephen R. (1993). Work in progress toward a new paradigm for the sociological study of religion in the United States. *American Journal of Sociology*, 5(98), 1044–1093.
- Wright, Melanie J. (2007). *Religion and Film: An Introduction*. London – New York: I.B. Tauris.

S u m m a r y

This paper seeks to present topics and themes that seem inevitable to be reviewed when looking for an answer to the question of whether the motion picture medium can become a suitable means for the church to communicate and convey the message entrusted to it. The essay first tries to describe what characterises the religiosity of the people of our time. This brings us to a phenomenon which is better described by the term “subjective turn” rather than “postmodern turn”. The functional definition of religion can be used to describe the religious functions of film. Starting from the transcendent function of religion, a theological approach to film also becomes necessary. In linking theology and film, our inquiry should not be confined exclusively to academic or church circles but should include the wider public and social spheres as well. A theological approach to culture helps us to place the topic in a more general, broader framework. Karl Barth’s interpretation of culture can be a warning that the self-revealing God can also provide, outside of Scripture and the church, true words and worldly parables that can become unconscious, involuntary witnesses of the One True Word. Since film as a mediating medium provides the possibility of transcultural communication and contextualization, it allows us to view the relationship between theology and film from the perspective of contextual theological approaches to culture.

Kilka refleksji na temat filmu jako elementu misji Kościoła w kontekście zmieniającej się obecnie religijności

Streszczenie

W artykule starano się przedstawić tematy i wątki niezbędne, gdy poszukuje się odpowiedzi na pytanie, czy medium filmowe może stać się dla Kościoła odpowiednim środkiem komunikacji i przekazywania powierzonego mu orędzia. W pierwszej kolejności opisano, czym charakteryzuje się religijność współczesnych ludzi – w ten sposób dochodzi się do zjawiska, które lepiej opisuje termin „zwrot subiektywny” niż „zwrot postmodernistyczny”. Do opisu religijnych funkcji filmu można zastosować funkcjonalną definicję religii. Wychodzenie od transcendentnej funkcji religii wymaga również teologicznego podejścia do filmu. Łączenie teologii i filmu nie powinno się ograniczać wyłącznie do środowisk akademickich czy kościelnych, ale obejmować także szersze sfery publiczne i społeczne. Teologiczne podejście do kultury pomaga umieścić ten temat w bardziej ogólnych ramach. Interpretacja kultury dokonana przez Karla Bartha wydaje się przestrożą, że objawiający się Bóg może również poza Pismem Świętym i Kościołem dostarczać prawdziwych słów i światowych przypowieści, które stają się nieświadomymi, mimowolnymi świadkami Jedyne Prawdziwego Słowa. Ponieważ film jako medium pośredniczące daje możliwość transkulturowej komunikacji i kontekstualizacji, możliwe jest spojrzenie na relację między teologią a filmem z perspektywy kontekstualnego, teologicznego podejścia do kultury.

Maria Hołubowicz

ORCID: 0000-0003-4668-7170

Université Grenoble-Alpes/GRESEC

Promowanie różnorodności i pluralizmu w mediach we Francji: działania regulatora na coraz bardziej skoncentrowanym rynku medialnym

Słowa kluczowe: regulacja mediów, pluralizm, różnorodność kulturowa, rynek medialny, koncentracja mediów, Francja

Keywords: media regulation, pluralism, cultural diversity, media market, media concentration, France

Wstęp

Wolne od nacisków politycznych, niezależne z punktu widzenia ekonomicznego i różnorodne media są uważane za niezbędne w funkcjonowaniu nowoczesnych demokracji. Przypisuje się im różne role, takie jak dostarczanie obywatelom obiektywnej informacji, utrzymywanie spójności społecznej, służenie jako forum debaty publicznej, gdzie wszystkie tendencje polityczne i światopoglądowe obecne w danym społeczeństwie mają prawo być zaprezentowane pod warunkiem przestrzegania demokratycznych zasad.

Z opisanych wyżej powodów w większości państw demokratycznych, pomimo różnorodności narodowych koncepcji, władze publiczne uczestniczą (w różny sposób) w regulacji rynku mediów. Ich działania mają na celu organizowanie relacji między funkcjonującymi na tym rynku podmiotami w celu ustanowienia pomiędzy nimi równowagi i zapewnienia im równości w prawie, a także promowanie i odzwierciedlanie różnorodności kulturowej danego społeczeństwa (Lamizet, 1999, s. 115). Interwencja publiczna na rynku mediów jest szczególnie intensywna w Europie, głównie w zakresie mediów audiowizualnych, których nadawanie było zwykle uzależnione od liczby dostępnych kanałów nadawczych, choć wydawcy prasowi też jej podlegają (Czepek i in., 2009; Hallin i Mancini, 2004).

Jak już wspomniano, jedną z podstawowych ról mediów, głównie w państwach demokratycznych, jest wspieranie spójności społecznej. Cel ten jest szczególnie ważny w dobie globalizacji i rosnącej wielokulturowości społeczeństw. Tym bardziej, że dziś różne grupy społeczne: imigranci, ale także kobiety, osoby o odmiennym orientacji seksualnej, osoby mieszkające na prowincji, domagają się równych praw i uwidocznienia w sferze publicznej. W tym kontekście poszanowanie praw (politycznych, społecznych, religijnych, kulturowych itp.) i zapobieganie wykluczeniu grup i jednostek o odmiennym światopoglądzie i stylu życia oraz ich stereotypowemu przedstawianiu jest jednym z bardzo ważnych zadań. By to uzyskać, państwo powierza określone zadania także regulatorowi mediów.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie, na podstawie istniejącej literatury przedmiotu, raportów regulatora mediów, a także wyników badań własnych, działań podejmowanych przez francuskiego regulatora mediów na rzecz pluralizmu i różnorodności kulturowej w telewizji i rozgłośniach radiowych.

Literatura na temat różnorodności kulturowej i pluralizmu w mediach w języku francuskim, w przeciwieństwie do tej w języku angielskim, nie jest szczególnie bogata. Badania na ten temat były realizowane głównie w ciągu ostatnich dwóch dekad w zakresie różnych dziedzin badawczych. Poniżej zostaną przedstawione najbardziej znaczące i prekursorskie wyniki badań w dziedzinie nauk o informacji i komunikowaniu, ale także w innych obszarach naukowych.

Podstawową trudnością, z jaką borykają się badacze, jest niejednoznaczność używanych pojęć. Z wielowymiarowością pojęcia „pluralizm” zmierzył się kilka lat temu zespół marsylskiego interdyscyplinarnego laboratorium Droit des Médias et des Mutations Sociales, który skierował pytania dotyczące pluralizmu (sformułowane przez prawników) do przedstawicieli innych dyscyplin nauk społecznych, takich jak historia, antropologia, socjologia czy politologia (Benoist, 2011). Natomiast praca zbiorowa zatytułowana *Médias et pluralisme. La diversité à l'épreuve*, wydana w 2014 roku pod redakcją specjalistek od językoznawstwa – Ksenji Djordjević i Eléonore Yasri-Labrique, ujmuje termin „pluralizm” w wymiarze ideologicznym, dyskursywnym, reprezentacyjnym i kulturowym. Opisane w tej publikacji wyniki badań jedenastu autorów, dotyczących przedstawiania w mediach różnych obiektów socjodyskursywnych (np. poszczególnych państw lub grup społecznych), pozwalają redaktorkom na stwierdzenie, że nawet w państwach demokratycznych dyskursy medialne odzwierciedlają przeważnie dominujące punkty widzenia.

Niektóre badania na temat pluralizmu i różnorodności kulturowej opierają się też, w wymiarze komparatystycznym, na wkładzie naukowym autorów zagranicznych. Przykładem takich badań, w zakresie nauk o informacji i komunikacji, jest praca zbiorowa pod redakcją Francka Rebillarda i Marlène Loïcq pt. *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, która ukazała się w 2013 roku. Ponadto syntetyczna, popularyzatorska definicja pluralizmu oraz jego roli w zachowaniu spójności społecznej jest promowana przez francuskiego regulatora mediów, którym jest Arcom (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique) (Arcom, 2022).

To właśnie rezultaty m.in. powyżej wymienionych badań, a także działania w zakresie regulacji mediów we Francji, w połączeniu z działalnością autorki artykułu jako wieloletniej członkini Terytorialnego Komitetu Audiowizualnego w Lyonie, stanowiły inspirację do przygotowania studium przypadku dotyczącego konkretnego zastosowania wymogu pluralizmu narzuconego przez ustawodawcę w procesie regulacji prywatnych radiofonii i telewizji we Francji (Hołubowicz, 2018).

Od pewnego czasu francuscy przedstawiciele nauki o informacji i komunikowaniu interesują się także pojęciem różnorodności kulturowej, pomimo jego nieprecyzyjności, co wykazał Tristan Mattelart (2009). Jak stwierdza Maxime Cervulle, mimo że badania na temat socjokulturowej reprezentatywności w mediach po raz pierwszy podjęto we Francji wraz z początkiem lat 80. XX wieku, a pierwszy raport na temat przedstawienia mniejszości kulturowych we francuskiej telewizji został opublikowany przez ówczesnego regulatora mediów audiowizualnych CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) w roku 2000, szeroka debata publiczna na ten temat została podjęta dopiero po zamieszkach, które wybuchły jesienią 2005 roku na przedmieściach niektórych francuskich miast zamieszkiwanych głównie przez imigrantów lub ich potomków. Według autora raportu, który w swojej pracy analizuje społeczną konstrukcję „białości”, zamieszki te zainicjowały we Francji publiczną politykę różnorodności, która skoncentrowała się na obserwacji i promowaniu jej w trzech kluczowych dla społeczeństwa dziedzinach: w przedsiębiorstwach, w mediach audiowizualnych, a także na polu reprezentacji politycznej. Media audiowizualne stały się wówczas głównym terenem wdrażania różnymi dostępnymi środkami polityki różnorodności, zwłaszcza gdy liczne badania na ten temat, zamówione przez takie instytucje, jak Conseil supérieur de l'audiovisuel lub Haut Conseil d'intégration, wykazały, że ekrany francuskiej telewizji charakteryzują się wyjątkową „bladocią” (Cervulle, 2013, s. 11–22, 103–111). Jednym z takich badań na temat sposobu przedstawiania różnorodności społecznej w mediach audiowizualnych, które uzyskały we Francji duży rozgłos, także z powodu dużego zakresu i nowatorskiego charakteru, było m.in. przeprowadzone pod kierownictwem socjologa mediów Érica Macé (2008) studium, zlecone przez Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels, na temat reprezentacji różnorodności francuskiego społeczeństwa w programach telewizyjnych.

Pojęcie różnorodności wykorzystane zostało także przez specjalistów nurtu badań nad sektorami kultury, by wykazać, w jakim stopniu przemiany w tej branży sprzyjają, lub nie, kulturowej różnorodności (Bouquillion i Combès, 2011), a także, jaki może być wpływ działań publicznych na tę różnorodność w różnych regionach świata (Cabedoche i in., 2021).

Wymienione badania wskazują więc na skomplikowany, złożony i nieprecyzyjny charakter pojęć „pluralizm” i „różnorodność kulturowa”, jednocześnie wykazując ich przydatność do zrozumienia pewnych ukrytych zjawisk społecznych. Jako że celem artykułu nie jest rozprawianie na temat różnych wymiarów znaczeń pojęć kluczowych, warto zaproponować ich heurystyczną definicję,

posługując się wnioskami badaczy, ale także definicją pojęcia „różnorodność kulturowa” zaproponowaną przez UNESCO.

Termin „różnorodność kulturowa”, w przeciwieństwie do pojęcia „pluralizm”, ma bardziej zabarwienie antropologiczne niż polityczne i odnosi się do prawa współistnienia różnych kultur, a także różnych opcji kulturowych wybieranych przez poszczególne jednostki. Jest to jednak pojęcie zbyt wieloznaczne, by pretendować do miana koncepcji naukowej, i jak napisał w swoim artykule Tristan Mattelart (2009), nadaje się do wszelkich instrumentalizacji. Niemniej jednak nie da się go pominąć, tak głęboko jest ono obecne w dyskursie publicznym na temat współistnienia różnych kultur i odmiennych koncepcji kulturowych, zwłaszcza od momentu opublikowania przez UNESCO w 2001 roku *Powszechnej deklaracji UNESCO o różnorodności kulturowej*.

Deklaracja ta, w rozdziale zatytułowanym „Tożsamość, różnorodność, pluralizm”, przyjmuje, że „różnorodność kulturowa, jako źródło wymiany, innowacyjności i kreatywności, jest dla rodzaju ludzkiego równie niezbędna jak różnorodność biologiczna dla przyrody” (UNESCO, 2001, art. 1). Natomiast art. 2 deklaracji łączy pojęcia różnorodności kulturowej i pluralizmu, kładąc przy tym nacisk na rolę polityk w ich promowaniu w społeczeństwie:

W naszych coraz bardziej zróżnicowanych społeczeństwach staje się konieczne zapewnienie harmonijnego wzajemnego oddziaływania oraz woli współistnienia osób i grup, które cechuje tożsamość kulturowa zarazem mnoga, różnorodna i dynamiczna. Polityka popierająca integrację oraz uczestnictwo wszystkich obywateli jest gwarantem spójności społecznej, żywotności społeczeństwa obywatelskiego oraz pokoju. Zdefiniowany w ten sposób pluralizm kulturowy stanowi polityczną odpowiedź na istnienie różnorodności kulturowej. Pluralizm kultur, nierozzerwalnie związany z kontekstem demokratycznym, sprzyja wymianie kulturalnej i rozwijaniu zdolności twórczych, które wzbogacają życie społeczne¹ (UNESCO, 2001, art. 2).

Pluralizm (opinii, partii politycznych, mediów) charakteryzuje społeczeństwa, których funkcjonowanie oparte jest na współistnieniu różnych idei i opinii politycznych, społecznych i religijnych oraz koncepcji ekonomicznych (Debbasch i in., 1992, s. 337), i jest „jednym z podstawowych wyznaczników praktyki demokratycznej” (Benoist, 2011). Zasada ta, uważana za jeden z przejawów różnorodności kulturowej (Bouquillion, 2011), jest również jednym z podstawowych zastosowań prawa do komunikowania. Francuska Rada Konstytucyjna, odwołując się do art. 11 *Deklaracji praw człowieka i obywatela* z 1789 roku, nadała nawet pluralizmowi nurtów ekspresji społeczno-kulturowej wartość konstytucyjną (Dagnaud i in., 2000, s. 41; Decyzja Rady Konstytucyjnej nr 86-217 DC z 18 września 1986 r.). Jednak w mediach jest to bardziej niż w innych dziedzinach idea niż praktyka, dlatego prawo odgrywa zasadniczą rolę w nakładaniu na różne podmioty „obowiązku jej stosowania” w celu zapewnienia i zachowania pluralizmu (Isar, 2011). Jak przypominają Rebillard i Loïcq (2013, s. 7), pluralizm informacji odwołuje się do normatywnej koncepcji

¹ Robocze tłumaczenie deklaracji przez Polski Komitet ds. UNESCO.

roli mediów informacyjnych w obrębie systemu demokratycznego. W efekcie nakłada się na nie zadanie obiektywnego informowania odbiorców medialnych, przedkładając im do wyboru wszystkie opcje światopoglądowe istniejące w danym społeczeństwie.

Promowanie pluralizmu i różnorodności w mediach jako jeden z podstawowych celów regulacji rynku medialnego we Francji

Francja należy do krajów z wysokim stopniem interwencji publicznej, również w dziedzinie mediów, które zdaniem Daniela Hallina i Paola Manciniego cały czas charakteryzują się wysokim stopniem zależności od sfery politycznej (Hallin i Mancini, 2004, s. 90). Metody interwencji władz publicznych różnią się jednak w zależności od rodzaju mediów (prasa drukowana czy sektor audiowizualny).

Jeśli chodzi o media drukowane, korzystają one z systemu pomocy bezpośredniej i pośredniej. Pomoc bezpośrednia, mająca pierwotnie na celu ułatwienie przetrwania i utrzymania niezależności politycznej i ekonomicznej prasy drukowanej, dzieli się na trzy kategorie. Pierwsza dotyczy dystrybucji prasy, druga – pluralizmu, natomiast trzecia – jej modernizacji. Jest ona składową planowanych środków budżetowych uchwalanych corocznie przez parlament. I tak np. na rok 2021 projekt budżetu państwa przewidywał pomoc bezpośrednią dla prasy w wysokości ok. 118 mln euro (Husson, 2020; Moullot, 2021). Powyższa suma ma wzrosnąć o dodatkowe 500 mln euro przewidzianych w ciągu najbliższych dwóch lat na pomoc w cyfryzacji sektorowi prasy, który wyjątkowo ucierpiał z powodu pandemii COVID-19, tracąc, według szacunków, w roku 2020 ok. 16% obrotów (Rabajoie-Kany, 2020). Natomiast tzw. pomoc pośrednia dla sektora prasy przekłada się m.in. na preferencyjne stawki pocztowe w dystrybucji gazet, a także preferencyjny system podatkowy (np. obniżona stawka VAT).

W sektorze francuskich mediów audiowizualnych wsparcie państwa przybiera dwie podstawowe formy, a mianowicie: wsparcie dystrybucyjne i wsparcie regulacyjne. Pomoc dotyczy bardziej tworzenia utworów audiowizualnych niż samych przedsiębiorstw medialnych. Celem wsparcia dystrybucyjnego jest stworzenie pewnego rodzaju programów audiowizualnych odpowiadających wytycznym bieżącej polityki publicznej. W tym celu w 1986 roku wprowadzono mechanizm redystrybucji zasobów. Opiera się on na COSIP (Compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels) – koncie finansowanym z odsetka dochodów serwisów i dystrybutorów usług telewizyjnych (kanały telewizyjne, a także dostawcy usług internetowych), wspierającym branżę programów audiowizualnych, z którego środki kierowane są do francuskich produkcji audiowizualnych i kinematograficznych. Natomiast wsparcie regulacyjne polega na zobowiązaniu przedsiębiorstw medialnych do zaprogramowania na antenie określonego odsetka utworów europejskich, a także utworów oryginalnej francuskiej ekspresji (EOF) w celu promowania różnorodności kulturowej.

Pluralizm w dziedzinie mediów audiowizualnych, jego promowanie i ochrona stanowią jedno z kluczowych zadań francuskiego regulatora mediów, który cieszy się statusem niezależnego, odrębnego wobec struktur państwa organu publicznego. Od roku 1989 do 31 grudnia 2021 roku te zadania wykonywała Najwyższa Rada Audiowizualna (Conseil supérieur de l'audiovisuel – CSA), odpowiadając we Francji za regulację mediów audiowizualnych zgodnie z ustawą nr 86-1067 z 30 września 1986 roku w sprawie wolności komunikacji [audiowizualnej]. Od 1 stycznia 2022 roku funkcje te przejął nowy regulator powstały z połączenia CSA i Hadopi (Haute Autorité pour la diffusion des oeuvres et la protection des droits sur internet) – Arcom. Kompetencje nowego regulatora zostały rozszerzone na obszar komunikacji cyfrowej. Ma on więc regulować także działalność elektronicznych platform publikujących treści (takich jak platformy udostępniania wideo, sieci społecznościowe, wyszukiwarki i agregatory), zwłaszcza jeśli chodzi o walkę z manipulowaniem informacją i szerzeniem nienawiści w sieci. Polega to przede wszystkim na sprawdzaniu, czy elektroniczni wydawcy wdrażają narzędzia i środki (w ramach obowiązków sprawozdawczych bądź moderacyjnych) służące do walki z treściami uznanymi za nielegalne lub społecznie szkodliwe.

Poza tym podstawowe obowiązki nowej instytucji pozostają niezmiennione i polegają, poza regulacją wydawców cyfrowych, na regulacji technicznej i ekonomicznej rynku wydawców elektronicznych, uczestniczeniu w edukacji medialnej społeczeństwa, publikowaniu badań i raportów w dziedzinach wchodzących w zakres jej zadań, a także działaniu na rzecz pluralizmu i spójności społecznej.

Jeśli chodzi o zadanie regulatora, które zostało wymienione jako ostatnie, nie jest ono nowe, gdyż zachowanie pluralizmu stanowi jeden z głównych aspektów regulacji sektora audiowizualnego we Francji odkąd partia socjalistyczna, która doszła do władzy we Francji w 1981 roku, położyła kres publicznemu monopolowi w mediach elektronicznych. To stwierdzenie nie do końca jednak odnosi się do interwencji francuskiego państwa w dziedzinie różnorodności kulturowej, która jest często postrzegana jako sprzeczna z zasadą równości (Rebillard i Loïcq, 2013, s. 7), stanowiącą obok wolności i braterstwa niepodważalną dewizę republikańską, w imię której każdy obywatel powinien być traktowany tak samo, niezależnie od swojej pozycji społecznej czy też pochodzenia.

Stwierdzeniem w art. 1, że „komunikacja publiczna za pomocą środków elektronicznych jest dostępna dla wszystkich [obywateli – M.H.]”, ustawa z 1986 roku ostatecznie usankcjonowała zasadę pluralizmu francuskich mediów audiowizualnych. Francuski regulator mediów elektronicznych zapewnia, że pluralizm ten przejawia się nie tylko w różnorodności nadawanych programów i uczciwym reprezentowaniu różnych opinii, zwłaszcza w okresach wyborczych (pluralizm wewnętrzny), ale także, że wyraża się w różnorodności uprawnionych do nadawania operatorów radiowych i telewizyjnych poprzez ograniczenie koncentracji ich kapitału (pluralizm zewnętrzny) (De Bellescize i Franceschini, 2005, s. 143–144; Gabszewicz i Sonnac, 2006, s. 110–111). Dlatego też regulator dba o to, by procedura przyznawania koncesji dla nowych stacji radiowych i telewizyjnych promowała w miarę możliwości projekty, których obecność

przyczyni się do zwiększenia różnorodności programów oferowanych odbiorcom w danym regionie (Hołubowicz, 2018).

Postanowienia dotyczące różnorodności kulturowej i pluralizmu zostały wyrażone w art. 3-1 ustawy z 30 września 1986 roku, ustanawiającej swobodę komunikacji audiowizualnej. Temat ten został również omówiony w ustawie dotyczącej równości szans:

Urząd Regulacji Komunikacji Audiowizualnej i Cyfrowej przyczynia się do działań na rzecz spójności społecznej i walki z dyskryminacją w dziedzinie komunikacji audiowizualnej. Zapewnia w szczególności wydawcom usług komunikacji audiowizualnej, biorąc pod uwagę charakter ich programów, aby program odzwierciedlał różnorodność społeczeństwa francuskiego, w szczególności jego wymiar zagraniczny. Co roku składa Parlamentowi sprawozdanie z działań dostawców usług telewizyjnych w zakresie programów odzwierciedlających różnorodność francuskiego społeczeństwa i proponuje odpowiednie środki mające na celu poprawę skuteczności tego zróżnicowania we wszystkich rodzajach programów (Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986, art. 3-1).

Działania regulatora na rzecz pluralizmu i różnorodności w mediach

Realizacja zadania dotyczącego zachowania i promocji pluralizmu mediów i w mediach, a także różnorodności kulturowej wiąże się dla francuskiego regulatora z działaniami na różnych płaszczyznach. Po pierwsze, musi on czuwać wspólnie z nadawcami, by nadawane programy odzwierciedlały różnorodność francuskiego społeczeństwa. Poza tym na mocy prawa została mu przypisana misja wnoszenia wkładu w działania na rzecz spójności społecznej i walki z dyskryminacją w dziedzinie komunikacji audiowizualnej (por. Ustawa z dnia 31 marca 2006 r. o równości szans, wynikająca z art. 3-1 ustawy z dnia 30 września 1986 r. o swobodzie komunikacji). Ponadto każdego roku musi składać parlamentowi sprawozdanie z działań wydawców na rzecz programów odzwierciedlających różnorodność francuskiego społeczeństwa i proponować odpowiednie środki w celu poprawy reprezentacji tej różnorodności we wszystkich rodzajach programów. Natomiast ustawa nr 2017-86 z dnia 27 stycznia 2017 r. powierzyła francuskiemu regulatorowi mediów misję zapewnienia „[...] że różnorodność francuskiego społeczeństwa jest reprezentowana w programach usług komunikacji audiowizualnej i że ta reprezentacja jest wolna od uprzedzeń” (Ustawa nr 2017-86 z dnia 27 stycznia 2017 r. o równości i obywatelstwie; CSA). Jednym z głównych aspektów pluralizmu jest pluralizm polityczny, którego zachowanie jest uważane za niezbędne do prawidłowego działania systemu demokratycznego. Zadaniem regulatora mediów jest więc czuwanie, by wszystkie nurty polityczne obecne w społeczeństwie były reprezentowane w programach medialnych. Ta zasada została wyrażona w ustawie z dnia 30 września 1986 roku, która gwarantuje swobodę porozumiewania się drogą elektroniczną i stanowi, że regulator „zapewnia poszanowanie pluralistycznego wyrażania

nurtów myśli i opinii w programach usług radiowych i telewizyjnych, w szczególności w audycjach informacyjnych o charakterze politycznym i ogólnym”.

W tym celu została przyjęta metoda mierzenia czasu ekspozycji przedstawicieli ugrupowań politycznych reprezentowanych w parlamencie w różnych programach radiowych i telewizyjnych. Dane przekazywane są przewodniczącym obu zgromadzeń oraz przywódcom partii politycznych reprezentowanych w parlamencie raz na trzy miesiące w okresie „normalnym” i raz na tydzień w okresie przedwyborczym. Mierzenie czasu ekspozycji przedstawicieli poszczególnych formacji politycznych na antenach RTV obwarowane jest licznymi wskazówkami natury technicznej. Poza okresem wyborczym ten czas zależy, w wypadku danego polityka, od reprezentatywności jego ugrupowania politycznego. Nadawcom, którzy nie przestrzegają reguł czasowych, grożą poważne sankcje. Mimo to nadal tak się zdarza, zwłaszcza w okresie przedwyborczym. Po pierwsze dlatego, że mierzenie czasu antenowej obecności polityków stanowi dla mediów dużą trudność i powoduje poważne ograniczenia w tworzeniu różnych programów, gdyż ten proces wymaga bardzo skrupulatnego planowania i dokładnych obliczeń. Po drugie, niektórzy operatorzy świadomie obchodzą zasady, np. zapraszają na wizję najpopularniejszych kandydatów w godzinach największej oglądalności.

Zasada pluralizmu odnosi się głównie do sfery politycznej. Natomiast w sferze społecznej odpowiedniejszy jest termin „różnorodność”. Jak zostało stwierdzone powyżej, przedstawienie różnorodności francuskiego społeczeństwa leży w centrum zainteresowań francuskiego regulatora mediów, który deklaruje zachęcanie każdego wydawcy do promowania i wyrażania tej różnorodności na ekranie i na antenie (Arcom, 2022).

W 1999 roku CSA zlecił pierwsze badanie ilościowe na temat przestrzegania różnorodności francuskiego społeczeństwa w telewizji, a w roku 2001 do koncesji każdej prywatnej stacji telewizyjnej zostało wprowadzone zobowiązanie do uwzględniania na antenie różnorodności pochodzenia i kultur społeczności narodowej (Conseil supérieur de l’audiovisuel, 2022).

Działania regulatora na rzecz reprezentacji różnorodności w mediach spotkały się z większym zainteresowaniem, od kiedy w 2007 roku została utworzona grupa robocza nazwana „Obserwatorium różnorodności”, mająca na celu m.in. organizowanie badań i formułowanie propozycji dotyczących różnorodności w mediach. Chodziło o to, by, jak wynika z pierwszego raportu na temat obrazu społeczeństwa francuskiego w telewizji, przygotowanego pod kierownictwem socjologa mediów Erica Macé i opublikowanego rok później (Macé, 2008), czuwać, aby grupy społeczne, o których wiadomo, że podlegają dyskryminacji, nie były dyskryminowane także na małym ekranie. Dlatego, zgodnie z raportem, „konieczne jest zapewnienie niedyskryminacyjnego traktowania (...), w szczególności:

- ukrywania lub ograniczania ilościowo ich obecności w programach;
- przez ukrywanie lub jakościowe ograniczanie w programach telewizyjnych ich dostępu do wypowiedzi, do głównych ról, prestiżowych statusów jak też cenionych gatunków telewizyjnych;

- nieuwzględnianie socjologicznego zróżnicowania tych grup;
- zmniejszanie różnorodności tematów (...).

Po drugie, chodzi o to, by traktowanie przez telewizję osób i grup dyskryminowanych nie sprzyjało tworzeniu uprzedzeń i stereotypów² (Macé, 2008, s. 3–4).

Konkluzje raportu zrealizowanego pod kierownictwem Érica Macé nie pozostawiały złudzeń. Wynikało z niego bowiem, że społeczeństwo francuskie, te przedstawiane na ekranach telewizyjnych, składa się w ponad 60% z mężczyzn na kierowniczych stanowiskach, gdyż to oni przeważają we francuskiej telewizji i obsadzani są w najważniejszych rolach, jako prezenterzy dzienników itp. Kobiety musiały się zadowolić dużo mniejszą ekspozycją na ekranie i faktem, że pokazywano je w rolach stereotypowych, albo uważanych w tradycyjnej społecznej hierarchii za podrzędne. To samo dotyczyło mniej prestiżowych grup zawodowych, takich jak robotnicy, rolnicy i drobni urzędnicy, nie mówiąc już o osobach skategoryzowanych jako osoby „niebiałe”, których obecność w programach informacyjnych nie sięgała 20% (Macé, 2008, s. 6–14).

Od tego czasu podobne raporty – barometry są przygotowywane corocznie. Ponadto wzbogacono ich tematykę, gdyż do tradycyjnych kategorii dotyczących płci, pochodzenia etnicznego i społecznego dodano pochodzenie geograficzne (ośrodki miejskie/wiejskie), wiek oraz kwestie związane z niepełnosprawnością.

Niestety, wyniki ostatniego opublikowanego barometru dotyczącego reprezentacji różnorodności społeczeństwa francuskiego na ekranach telewizyjnych w 2020 roku nie są zadowalające. Mimo że przedstawianie osób postrzeganych jako „niebiałe” uległo poprawie w porównaniu z poprzednią edycją badania z roku 2019, kobiety są nadal niedoreprezentowane na małym ekranie (38% na ekranie, 52% w społeczeństwie), nie mówiąc już o osobach niepełnosprawnych, a także seniorach, dzieciach, osobach ubogich i zawodowo nieaktywnych. Co do kategorii profesjonalistów, uważanych za grupę uprzywilejowaną, ci są niezmiernie nadreprezentowani (75% osób obecnych w analizowanych programach, mimo że w rzeczywistości stanowią jedynie 28% społeczeństwa). Podobne nierówności dotyczą także obrazu określonych terytoriów, gdyż francuskie terytoria zamorskie, a także ubogie przedmieścia są cały czas w telewizji niewystarczająco obecne. Niemniej jednak w odniesieniu do reprezentacji obszarów wiejskich sytuacja uległa znacznej poprawie (Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2021).

Podsumowanie

Francuscy operatorzy radia i telewizji od lat piętnują interwencjonizm państwa oraz ciężar ustawodawstwa, które jest bardzo trudne, jeśli nie niemożliwe do zastosowania. Jak np. przestrzegać limitów ustalonych dla rozpowszechniania

² Tłumaczenie własne.

francuskiej piosenki w odniesieniu do luzofońskiego radia społecznego, które nadaje wiele utworów w tym języku?

Ujmując problem z innej perspektywy, pluralizmowi mediów permanentnie zagraża koncentracja mediów. Na ten temat toczy się we Francji debata, głównie w kontekście licznych przetasowań na rynku mediów, prowadzących do zwiększenia ich skupienia w rękach inwestorów niemających nic wspólnego z mediami. Jak przypomina Pierre Manière w artykule opublikowanym w ekonomicznym piśmie *La Tribune* (Manière, 2022), właścicielom koncernów, które inwestują w media we Francji, chodzi o zwiększenie wpływów, szczególnie ważnych w okresie przedwyborczym i wyborczym. Nie płacą oni dużo za osłabione ekonomicznie przedsiębiorstwa medialne, zwłaszcza w porównaniu z często ogromnym rozmiarem ich aktywów. Powyżej przywołany artykuł zaczyna się następującym stwierdzeniem:

Od Vincenta Bolloré do Bernarda Arnaulta, od Patricka Drahi do Xaviera Niela, przez Martina Bouyguesa, wielkie przemysłowe fortuny Francji mnożą przejęcia w prasie lub w mediach audiowizualnych. Dla tych miliarderów ze świata luksusu, telekomunikacji, budownictwa, logistyki czy energetyki media są często środkiem zwiększania ich wpływów niewielkim kosztem i służącym ich interesom gospodarczym, finansowym, a nawet politycznym (Manière, 2022).

Wobec nasilenia się przejęć i fuzji na rynku mediów została nawet powołana przez socjalistycznych senatorów komisja śledcza, aby „rzucić światło na warunki zakupu i grupowania, które zaowocowały tym silnie skoncentrowanym pejzażem prasowym i audiowizualnym”. Komisja ma się zająć zbadaniem projektu fuzji prywatnych kanałów telewizyjnych TF1 i M6 oraz wykupu przez grupę Vivendi mediów należących dotychczas do grupy Lagardère, wśród których znajduje się słynne francuskie radio informacyjne Europe 1 oraz gazeta *Journal du Dimanche* (La Lettre de l'Audiovisuel, 4.11.2021). Poczynania w mediach Vincenta Bolloré, kierującego konglomeratem Vivendi, który sprawuje już od pewnego czasu kontrolę nad grupą telewizyjną Canal Plus, szczególnie niepokoją francuskich obserwatorów tutejszego rynku mediów i dziennikarzy, gdyż Bolloré mocno wpływa na profil wykupionych mediów, narzucając im prawicowy punkt widzenia. A publikowanie i promowanie opinii polityków często odbywa się kosztem niezależnej i obiektywnej informacji.

Dnia 15 grudnia 2021 roku 250 dziennikarzy z prasy, telewizji i radia opublikowało apel we wpływowym dzienniku *Le Monde* zatytułowany *Hiperkoncentracja mediów to medialna, społeczna i demokratyczna plaga* (*Le Monde*, 15.12.2021), którego sygnatariusze ostrzegają przed postępującą we Francji koncentracją mediów, zagrażającą pluralizmowi informacji. Zwracają też uwagę na masowe przejmowanie mediów przez przemysłowych potentatów niemających do tej pory nic wspólnego z tym sektorem. Wysuwają propozycje mające na celu poprawienie tej sytuacji. Apelują m.in. o stworzenie statusu prawnego redakcji. Ten status „zagwarantowałby niezależność redakcji, ograniczył wszelki interwencjonizm akcjonariuszy (i/lub ich przedstawicieli) oraz zapewnił aktywny udział redakcji w zarządzaniu ich mediami” (*Le Monde*, 15.12.2021).

We wspomnianym apelu jest również mowa o wprowadzeniu do systemu prawnego przestępstwa polegającego na szerzeniu wpływów za pośrednictwem prasy. Miałyby to ograniczyć presję właścicieli redakcji chcących zbyt mocno interweniować w jej linię programową.

Zdaniem tych dziennikarzy obowiązujące ustawodawstwo jest przestarzałe, niedostosowane do bieżącej sytuacji na rynku mediów. W istocie, obecnie obowiązująca francuska ustawa audiowizualna, uchwalona tuż po deregulacji sektora w połowie lat 80. XX wieku, a więc na długo przed pojawieniem się sektora cyfrowego, który radykalnie zmienił zasady funkcjonowania mediów audiowizualnych, i mimo licznych nowelizacji, nie odpowiada już obecnym realiom. A zapowiadana co najmniej od dwóch lat nowa ustawa dotycząca mediów audiowizualnych nadal nie została uchwalona.

Bibliografia

- Arcom (2022). *Pluralisme et cohésion sociale*, [en ligne]. Accès: <https://www.arcom.fr/pluralisme-et-cohesion-sociale> [01.02.2022].
- Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom), [en ligne]. Accès: <https://www.arcom.fr/> [11.02.2022].
- Benoist, Odina (2011). Penser le pluralisme. In: Benoist, Odina et Isar, Hervé (dir.). *Pluralisme. Pluralismes*. Marseille: Presses universitaires d'Aix-Marseille, 11–19.
- Bouquillion, Philippe et Combès, Yolande (2011). Introduction. In: Bouquillion, Philippe et Combès, Yolande (dir.) (2011). *Diversité et industries culturelles*. Paris: L'Harmattan.
- Cabedoche, Bertrand; Cartellier, Dominique et Hołubowicz, Maria (coord.) (2021). Action publique et «diversité culturelle: perspectives internationales». Dossier 2021, *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 22/2, [en ligne]. Accès: <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2021/articles-revue/dossier-2021-action-publique-et-diversite-culturelle-perspectives-internationales/>.
- Cervulle, Maxime (2013). *Dans le blanc des yeux. Diversité, racisme et médias*. Paris: Éditions Amsterdam.
- Conseil constitutionnel (1986). Décision du Conseil constitutionnel n° 86-217 DC du 18 septembre 1986 se rapportant à la loi relative à la liberté de la communication [Decyzja Rady Konstytucyjnej nr 86-217 DC z 18 września 1986 r.], [en ligne]. Accès: <http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/les-decisions/acces-par-date/decisions-depuis-1959/1986/86-217-dc/decision-n-86-217-dc-du-18-septembre-1986.8289.html> [01.02.2022].
- Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) (2021), *Baromètre de la représentation de la société française – résultats de la vague 2021*, publié le 12 juillet 2021, [en ligne]. Accès: <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Observatoire-de-la-diversite/Barometre-de-la-representation-de-la-societe-francaise-resultats-de-la-vague-2020> [01.02.2022].
- Czepek, Andrea; Hellwig, Melanie end Nowak, Eva (2009). Introduction: Structural Inhibition for Media Freedom and Plurality across Europe. In: Czepek, Andrea; Hellwig, Melanie end Nowak, Eva. *Press Freedom and Pluralism in Europe. Concepts & Conditions*. Bristol/Chicago: Intellect Books, 9–21.
- Dagnaud, Monique (dir.) (2000). *Médias, promouvoir la diversité culturelle*. Rapport du commissariat général du plan.
- Debbasch, Charles et d'autres (1992). *Lexique de politique. États, vie politique, relations internationales*. Paris: Dalloz.
- De Bellescize, Diane et Franceschini, Laurence (2005). *Droit de la communication*, Paris: PUF.
- Djordjević, Ksenjia et Yasri-Labrique, Eléonore (2014). *Médias et pluralisme. La diversité à l'épreuve*. Paris: Éditions des archives contemporaines.
- Gabszewicz, Jean et Sonnac, Nathalie (2006). *L'industrie des médias*. Paris: La Découverte.

- Hallin, Daniel C. and Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hołubowicz, Maria (2018). In the interest of pluralism: the regulation of privately owned local radio stations in France. In: Stachyra, Grażyna; Bonini, Tiziano and Oliveira, Madalena (eds.). *Radio Relations: Policies and Aesthetic of the Medium*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 131–144.
- Husson, Jean-François (19 novembre 2020). Rapport sur le projet de loi de finances, adopté pour l'Assemblée nationale, pour 2021, *Le Sénat*. Accès: <http://www.senat.fr/rap/120-138-319/120-138-3191.pdf> [14.11.2021].
- Isar, Hervé (2011). L'organisation structurale des pluralismes: contribution à une approche épistémologique de la pluridisciplinarité en sciences humaines et sociales. In: Benoist, Odina et Isar, Hervé (dir.). *Pluralisme. Pluralismes*. Marseille: Presses universitaires d'Aix-Marseille, 227–233.
- Lamizet, Bernard (1999). *Histoire des médias audiovisuels*, Paris: Ellipses/Édition Marketing.
- La Lettre de l'audiovisuel (2021). *La concentration des médias dans le viseur du Sénat*, [en ligne]. Accès: <https://www.lettreaudiovisuel.com/la-concentration-des-medias-dans-le-viseur-du-senat/> [14.11.2021].
- Legifrance (1986). *Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication*, [en ligne]. Accès: https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000033388676 [04.04.2022].
- Le Monde* (16 décembre 2021). *250 professionnels de la presse, de la télévision et de la radio alertent: L'hyperconcentration des médias est un fléau médiatique, social et démocratique*, Dialogues.
- Macé, Éric (dir.) (2008). *Représentation de la diversité dans les programmes de la télévision*. Synthèse du rapport remis à l'Observatoire de la diversité dans les médias audiovisuels du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Paris, Bordeaux: EHES, Département de Sociologie de l'Université de Bordeaux, INA, [en ligne]. Accès: https://www.csa.fr/content/download/33747/433160/version/1/file/synthese_rapport_eric_mace.pdf [04.03.2022].
- Manière, Pierre (12 janvier 2022). Concentration des médias: la France au coeur d'un grand Monopoly. *La Tribune*, 7303.
- Mattelart, Tristan (2009). Enjeux intellectuels de la diversité culturelle. Éléments de déconstruction théorique. *Culture prospective*, 2, 1–8. DOI: 10.3917/culp.092.0001.
- Mouillot, Pauline (2021). Les grands groupes de presse ont-ils reçu 666 millions d'euros d'aides exceptionnelles en 2020? *Libération*, CheckNews, 12 mai 2021, [en ligne]. Accès: https://www.liberation.fr/checknews/les-grands-groupes-de-presse-ont-ils-recu-666-millions-d-aides-exceptionnelles-en-2020-20210512_QQT6G5RJS5FOZPRXABVJXZ5BA/ [14.11.2021].
- Rabajoie-Kany, Julianne (2020). La France renforce ses aides exceptionnelles à la presse pour faire face à l'épidémie de Covid-19. *INA, La revue des médias*, 28 août 2020, [en ligne]. Accès: <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-france-renforce-aides-exceptionnelles-%C3%A0-la-presse> [14.11.2021].
- Rebillard, Franck et Loïcq, Marlène (2013). Introduction: L'approche du pluralisme de l'information en France et la recherche internationale sur la media diversity. In: Rebillard, Franck et Loïcq, Marlène (éd.). *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*. Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur, coll. Culture & Communication, 7–15. DOI: 10.3917/dbu.loicq.2013.01.0007.
- Republika Francuska. *Rapports Publics*, [en ligne]. Accès: <http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/004001233/0000.pdf> [04.02.2022].
- Thibault, Mireille (2006). *Comprendre les médias*. Paris: Éditions Ellipses/Édition Marketing.
- UNESCO (2001). *Powszechna deklaracja UNESCO o różnorodności kulturowej*, przyjęta jednomyślnie na 31 sesji Konferencji Generalnej UNESCO, Paryż, 2 listopada 2001 roku, [online]. Dostęp: https://ndk.nid.pl/Aktualnosci/Powszechna_Dekl_o_roznorodnosci.pdf [14.11.2021].

Streszczenie

Wolne od nacisków politycznych, niezależne ekonomicznie i różnorodne media są niezbędne w funkcjonowaniu nowoczesnej demokracji. Mają one za zadanie dostarczać obywatelom obiektywnej informacji, pomagać w utrzymywaniu spójności społecznej, a także służyć jako forum debaty publicznej, która odzwierciedlałaby wszystkie poglądy polityczne obecne w danym społeczeństwie.

W większości państw demokratycznych, pomimo różnorodności narodowych koncepcji, jakie w nich istnieją, sektor medialny odznacza się dużym poziomem interwencji publicznej. Niniejszy artykuł, opierający się na dostępnej literaturze przedmiotu, raportach regulatora mediów, a także badaniach zrealizowanych przez autorkę artykułu, przedstawia główne działania stosowane przez francuskiego regulatora mediów na rzecz pluralizmu i różnorodności kulturowej w przestrzeni medialnej, a także stopień ich skuteczności. Okazuje się, że wdrażana od wielu lat francuska polityka publiczna w tej dziedzinie na razie nie przynosi zadowalających rezultatów. Audiowizualny obraz wielu grup francuskiego społeczeństwa cały czas nie dorównuje ich rzeczywistej wadze społecznej, a postępująca koncentracja na rynku mediów szkodzi ich pluralizmowi.

Promoting diversity and pluralism in the media in France: The regulator's actions in an increasingly concentrated media market

Summary

Free from political pressure, economically independent and diverse media are essential to the functioning of a modern democracy. They should provide citizens with objective information, help maintain social cohesion and serve as a forum for public debate that reflects all political and world-view trends present in a given society. For these reasons, in most democratic countries, despite the diversity of existing concepts of nationality, the media sector is characterized by a large amount of public intervention. The state entrusts certain tasks to the media regulator to achieve the desired goals. The following article, based on the existing literature on the subject, public declarations and published reports of the regulator, as well as the authors' own research carried out on the subject, presents the main methods used by the French media regulator to promote pluralism and cultural diversity as well as the degree of their effectiveness. However, it turns out that the French public policy in this field, which has been actively implemented for many years, has not brought satisfactory results so far, because the audio-visual image of many groups of French society still does not match their real social importance, and the progressive concentration on the media market damages their pluralism.

Marzena Świgoń

ORCID: 0000-0003-3600-8349

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Wydział Humanistyczny
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Ewa Głowacka

ORCID: 0000-0001-9538-9386

Instytut Badań Informacji i Komunikacji
Wydział Filozofii i Nauk Społecznych
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Małgorzata Kisilowska-Szurmińska

ORCID: 0000-0001-5733-5424

Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii
Uniwersytet Warszawski

Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons (Web of Science) – szczegółowa analiza obecności reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach

Słowa kluczowe: komunikacja naukowa, nauki o komunikacji społecznej i mediach, media społecznościowe, Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus, Web of Science, Publons

Keywords: scholarly communication, communication and media sciences, social media, Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus, Web of Science, Publons

Wprowadzenie

Przeobrażenia współczesnej komunikacji naukowej wiążą się w dużej mierze z rozwojem mediów społecznościowych i serwisów stworzonych specjalnie z myślą o pracownikach naukowych. W niniejszym artykule przeanalizowano wykorzystywanie wybranych serwisów dla naukowców przez wyselekcjonowaną grupę przedstawicieli nauk o komunikacji społecznej i mediach. Tę nową dyscyplinę tworzą m.in. medioznawcy, bibliolodzy, informatolodzy, kognitywiści,

a także przedstawiciele innych nauk, np. politolodzy, literaturoznawcy czy językoznawcy (Głowacka i in., 2021). Celem podjętych badań była szczegółowa analiza obecności pracowników naukowych w największych pełnotekstowych i bibliograficznych międzynarodowych bazach, wyszukiwarkach, takich jak Google Scholar, Scopus i Publons (Web of Science), a także w serwisach społecznościowych Academia.edu oraz ResearchGate. Ogólną analizę zawarto w innej publikacji (Kisilowska-Szurmińska i in., 2022). Powyższe bazy i serwisy pozwalają naukowcom na tworzenie autorskich profili, prezentowanie własnego dorobku naukowego, dzielenie się nim, czyli budowanie własnej widoczności w internecie oraz sieci kontaktów naukowych na całym świecie. Posiadanie kont w tych mediach prowadzi do zwiększania rozpoznawalności badacza na arenie międzynarodowej. Do pewnego stopnia odzwierciedla także reputację naukowca zdobywaną dzięki cytowaniom, czyli wskaźnikom bibliometrycznym, jak też altmetrycznym, takim jak m.in.: ściąganie tekstów, komentowanie i polecenie.

Z badań podejmowanych ostatnio na świecie (Ortega, 2015ab; 2017ab; Asnafi, 2017; Míguez-González et al., 2017) oraz w Polsce (Iwańska-Cieślik, 2016ab; Białka, 2019; Kowalska-Chrzanowska i Krysiński, 2020) wynika, że serwisy Academia.edu, ResearchGate i Google Scholar są popularnymi kanałami komunikacji wśród przedstawicieli nauk humanistycznych i społecznych, w tym m.in. związanych z naukami o komunikacji społecznej i mediach oraz ich subdyscyplinami (np. medioznawstwem czy bibliologią i informatologią).

Z porównania wskaźników pochodzących z różnych baz wynika, że Google Scholar jest najpopularniejszą wyszukiwarką i mającą największy zasięg (de Winter et al., 2014; Martín-Martín et al., 2018; Gusenbauer, 2019).

Trzeba też wspomnieć, że wskaźniki z tych serwisów (liczba cytowań, indeks Hirscha itd.) nie są doskonałą miarą ani wpływu danej publikacji, ani reputacji danego badacza (van Bevern et al., 2016; Ortega, 2018; Merga et al., 2020). Reputację buduje się przede wszystkim metodami tradycyjnymi, takimi jak: kierowanie grantami, udział w projektach, publikowanie w liczących się czasopismach i wydawnictwach oraz międzynarodowa współpraca badawcza (Jamali et al., 2016). Niemniej wskaźniki te mogą w przyszłości być wykorzystywane w ocenie badań i pracowników naukowych (Halevi et al., 2017; Delgado López-Cózar et al., 2019) lub do śledzenia dokonań zespołów badawczych (Thoma i Chan, 2019).

Metodyka i organizacja badań

Konstruując grupę reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach (dalej NoKSiM), autorki posługiwały się danymi dostępnymi w listopadzie 2020 roku w różnych bazach, np. Nauka Polska, Radon, oraz na stronach internetowych poszczególnych uczelni. Dane dotyczące obecności w serwisach objętych analizą: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons (WoS), zbierane były w tym samym czasie, czyli do listopada 2020 roku.

Grupa badawcza składała się z 570 naukowców z 20 uczelni, głównie publicznych, z jednostek prowadzących kształcenie w zakresie dziennikarstwa i bibliotekoznawstwa lub pokrewnych. Były to następujące uczelnie: Uniwersytet Warszawski (77 osób), Uniwersytet Wrocławski (68), Uniwersytet Śląski (49), Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie (47), Uniwersytet Jagielloński (45), Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu (34), Uniwersytet Łódzki (34), Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego (29), Katolicki Uniwersytet Lubelski (26), Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie (26), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie (25), Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie (20), Uniwersytet Gdański (19), Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (17), Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (15), Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (12), Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (8), Akademia Ignatianum w Krakowie (8), Uniwersytet Opolski (6), Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (5).

Biorąc pod uwagę klasyfikację dyscyplin sprzed 2018 roku, najliczniej (w grupie badanych 570 osób) reprezentowana była (Głowacka i in., 2021): bibliologia i informatologia – 132 osoby, następnie nauki o polityce – 106 osób, dalej: literaturoznawstwo – 75, językoznawstwo – 39, nauki o mediach – 35, historia – 34, teologia – 28, socjologia – 26 (wymieniono tu reprezentacje powyżej 20 osób).

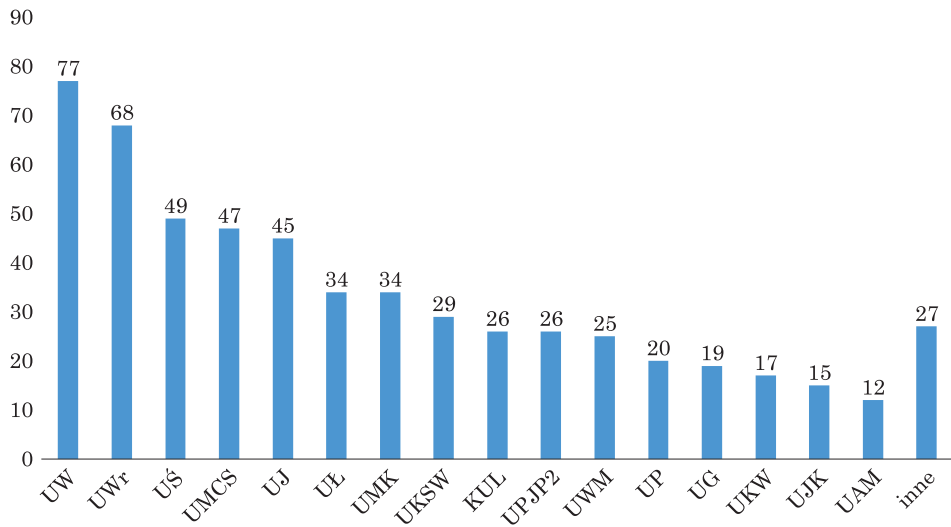
W listopadzie 2018 roku zdecydowana większość tej grupy (L=570), tj. 499 osób, przypisała się do nauk o komunikacji społecznej i mediach w całości lub wybrała ją jako jedną z dwóch dyscyplin. W nowej dyscyplinie dominowali bibliolodzy i informatolodzy (91) oraz reprezentanci nauk o polityce (87); dalej literaturoznawcy (44), medioznawcy (26), teologowie (24), językoznawcy (22) i historycy (21). Można też dodać, że duża grupa bibliologów i informatologów wybrała nie NoKSIM, a nauki o kulturze i religii (głównie pracownicy z Uniwersytetu Śląskiego oraz częściowo Uniwersytetu Łódzkiego).

Strukturę zidentyfikowanej grupy naukowców (L=570) pod względem afiliacji oraz stopnia i tytułu naukowego, a także płci przedstawiono graficznie (rys. 1–3).

Pod względem afiliacji w badanej grupie dominowali pracownicy dwóch uniwersytetów: Warszawskiego (13,5% ogółu badanych) oraz Wrocławskiego (11,9%). Duże, ponad czterdziestoosobowe, grupy pochodziły z trzech innych uniwersytetów publicznych: Śląskiego, Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie oraz Jagiellońskiego. W kategorii *inne* łącznie przedstawiono dane dotyczące uczelni, w których pracowało mniej niż 10 osób, a były to: Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Akademia Ignatianum w Krakowie, Uniwersytet Opolski oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (dotyczy to także wykresów prezentowanych w dalszej części artykułu).

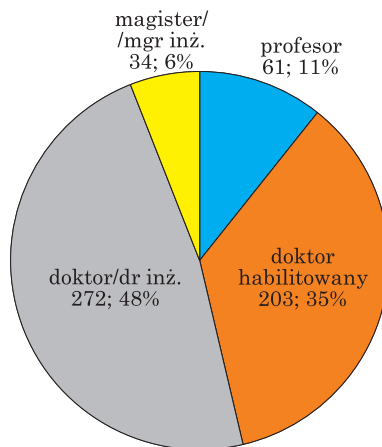
Pod względem stopnia i tytułu naukowego (rys. 2) grupę badawczą tworzyli: profesorowie (10,7% ogółu badanych), doktorzy habilitowani (35,7%), doktorzy (47,7%) oraz magistrowie (5,9%).

W analizowanej grupie badawczej (rys. 3) więcej było kobiet (306, 53,6%) niż mężczyzn (264, 46,4%).



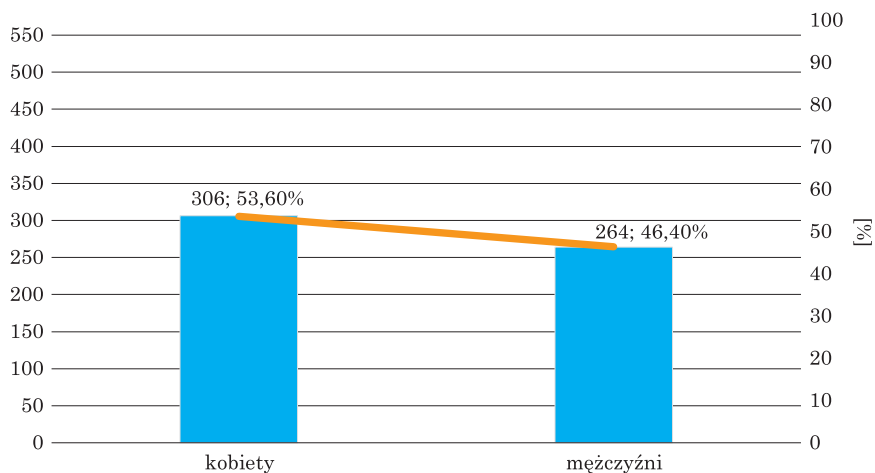
Rys. 1. Struktura grupy badawczej (L=570) pod względem afiliacji
(kategoria *inne*: mniej niż 10 osób w uczelni)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 2. Struktura grupy badawczej pod względem stopnia i tytułu naukowego
(L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 3. Struktura grupy badawczej pod względem płci (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

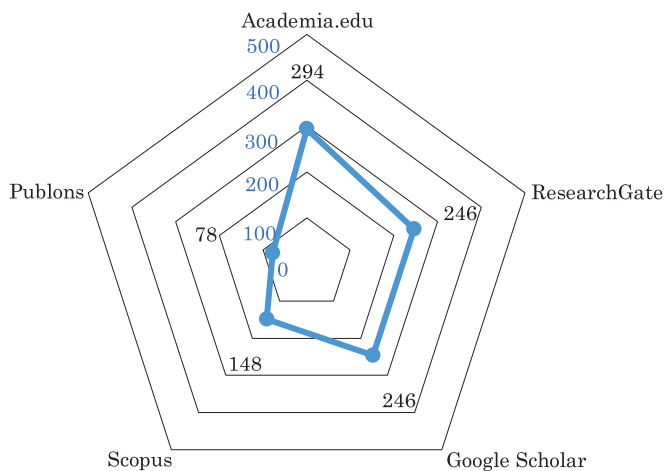
Wyniki badań

W tej części artykułu przedstawiono wyniki przeprowadzonych badań, tzn. wykorzystywanie pięciu serwisów w kolejności zgodnej z ich popularnością przez przedstawicieli NoKSiM: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons. Charakterystyki dokonano zarówno w odniesieniu do całej grupy, jak i podgrup wyodrębnionych według następujących zmiennych: afiliacja, stopień i tytuł naukowy oraz płeć. Najpierw omówiono wyniki dla wszystkich serwisów łącznie, a następnie odrębnie scharakteryzowano wykorzystywanie każdego z pięciu serwisów.

W listopadzie 2020 roku najpopularniejszym serwisem w badanej grupie reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach (rys. 4) okazał się serwis Academia.edu, na którym konto miały 294 osoby (51,5% ogółu 570 badanych). Na drugim miejscu uplasowały się dwa serwisy: ResearchGate i Google Scholar, na których profile założyło po 246 naukowców (po 43,1%).

W międzynarodowej bazie Scopus zidentyfikowano profile 148 osób z badanej grupy (25,9%), a w serwisie Publons powiązany z Web of Science jedynie 78 kont (13,6%).

Biorąc pod uwagę stopień i tytuł naukowy badanych (tab. 1), stwierdzono, że największa grupa użytkowników wszystkich serwisów to doktorzy (w tym doktorzy inżynierowie) oraz doktorzy habilitowani, a najmniejsza to magistrowie (i magistrowie inżynierowie).



Rys. 4. Wykorzystywanie serwisów i platform dla naukowców w całej grupie badanych (L=570)

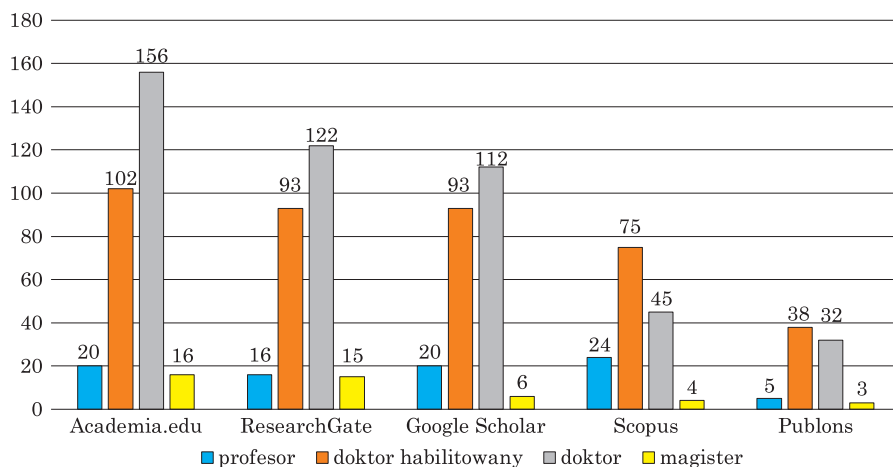
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Analiza udziału procentowego badanych w odniesieniu do liczebności każdej z grup poddanych badaniu (tab. 1 i rys. 5) pokazała, że spośród wszystkich przedstawicieli związanych z NoKSiM najbardziej zaangażowani w działalność na platformach Academia.edu, ResearchGate i Google Scholar oraz Publons byli doktorzy habilitowani i doktorzy. Doktorzy w tych dwóch grupach byli jedynie bardziej aktywni na Academia.edu. Obecność w Scopusie, która wiąże się z publikacjami zarejestrowanymi w tej bazie, to zdecydowanie domena samodzielnych pracowników nauki. Zastanawiać może niski odsetek osób z tytułem zawodowym magistra (lub magistra inżyniera) na platformie Google Scholar, jak też Scopus i Publons, co można tłumaczyć brakiem lub niewielką liczbą publikacji, która wpływa na wskaźniki w tych bazach, a więc i na zainteresowanie nimi ze strony naukowców. Magistrowie byli za to dużo silniej reprezentowani w serwisach społecznościowych ResearchGate i Academia.edu w porównaniu do najstarszych naukowców, czyli z tytułem profesora. Z kolei w bazie Scopus największy udział, według danych zebranych do listopada

Tabela 1
Posiadacze kont na platformach według stopnia i tytułu naukowego w % (L=570)

Platforma	Profesor L=61	Doktor habilitowany L=203	Doktor L=272	Magister L=34
Academia.edu	32,7%	50,2%	57,3%	47,0%
ResearchGate	26,2%	45,8%	44,8%	44,1%
Google Scholar	32,7%	45,8%	41,2%	17,6%
Scopus	39,3%	36,9%	16,5%	11,8%
Publons (WoS)	8,1%	18,7%	11,8%	8,8%

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 5. Posiadacze kont na platformach według stopnia i tytułu naukowego (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

2020 roku, mieli profesorowie, a następnie doktorzy habilitowani. Był to udział dwukrotnie większy w porównaniu do doktorów i magistrów.

Obserwując udział procentowy badanych grup kobiet i mężczyzn w analizowanych serwisach (tab. 2 i rys. 6), można stwierdzić, że mężczyźni byli aktywniejsi od kobiet w czterech z nich: Academia.edu, Google Scholar, Scopus oraz Publons; równe odsetki otrzymano jedynie w odniesieniu do ResearchGate.

Tabela 2

Posiadacze kont na platformach pod względem płci w % (L=570)

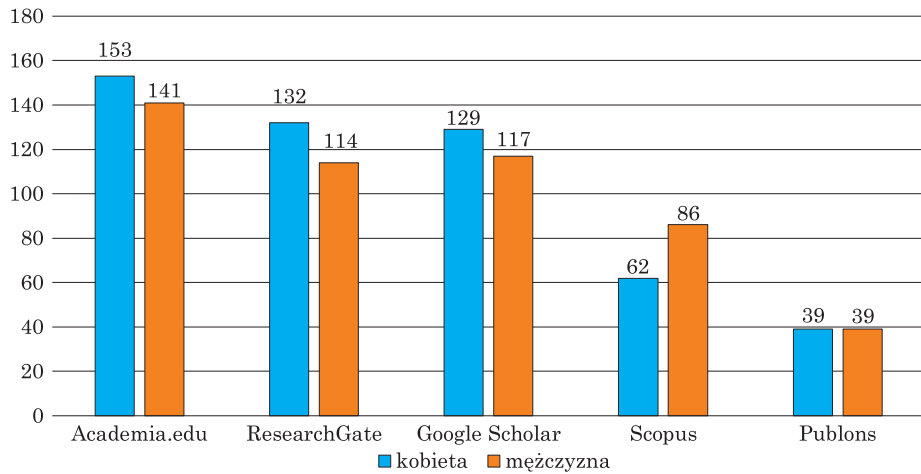
Platforma	Kobiety L=306	Mężczyźni L=264
Academia.edu	50,0%	53,4%
ResearchGate	43,1%	43,1%
Google Scholar	42,1%	44,3%
Scopus	20,2%	32,5%
Publons (WoS)	12,7%	14,7%

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Jak wspomniano wcześniej, grupa badawcza obejmowała przedstawicieli 20 uczelni. Zaobserwowano, że różnice w skali obecności pracowników danej jednostki na poszczególnych pięciu platformach w większości przenoszą się proporcjonalnie na liczebność reprezentantów 20 uwzględnionych ośrodków (rys. 7).

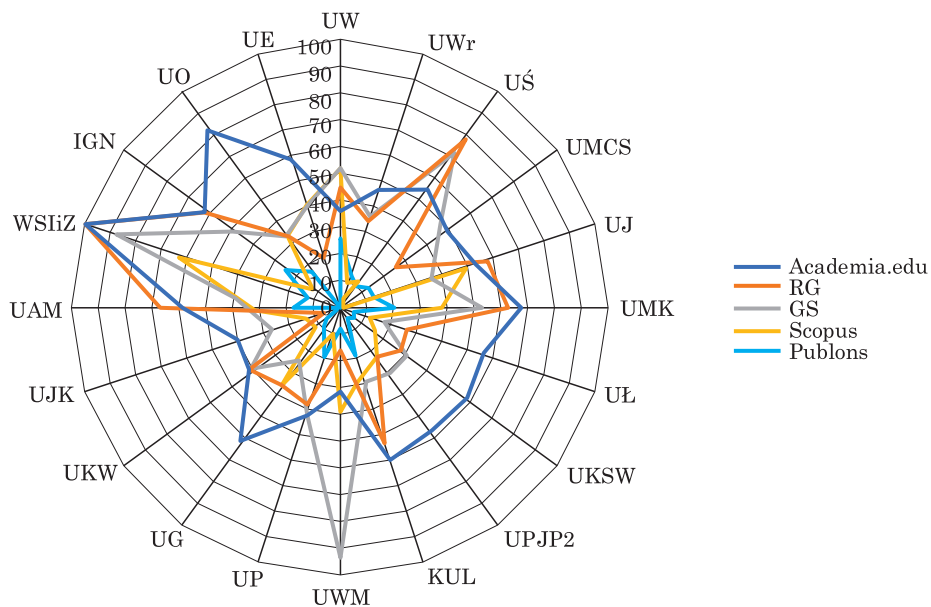
W dalszej części artykułu opisano użytkowników każdego z pięciu serwisów oddzielnie, z uwzględnieniem ich afiliacji, stopnia i tytułu naukowego oraz płci.

Konto w serwisie Academia.edu w listopadzie 2020 roku posiadały 294 osoby, czyli 51,6% badanej grupy 570 naukowców związanych z naukami o komunikacji



Rys. 6. Posiadacze kont na platformach pod względem płci (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 7. Posiadacze kont na platformach pod względem uczelni w %

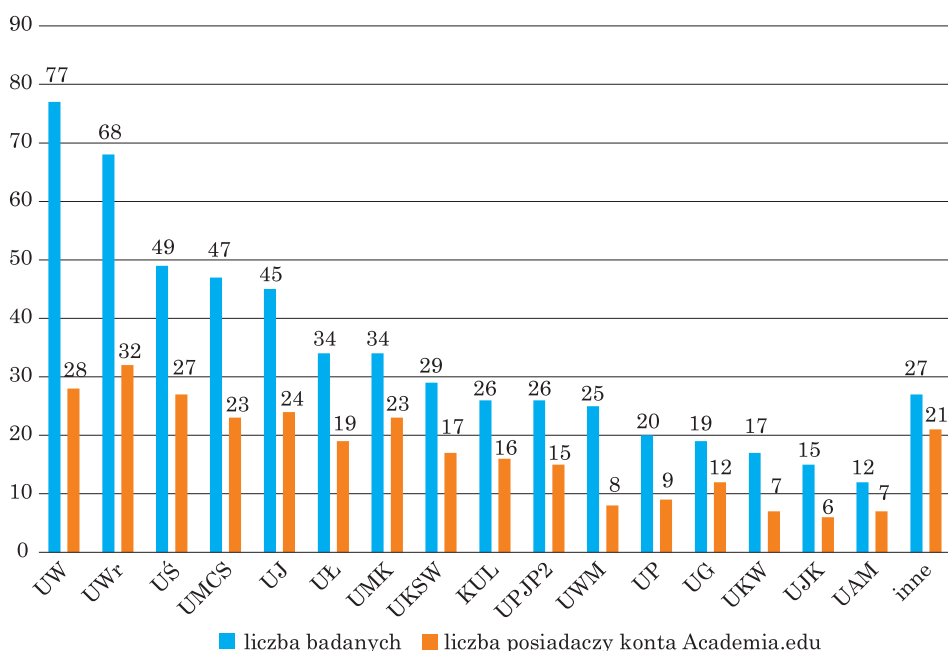
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

społecznej i mediach. Tylko około połowa posiadaczy konta uzupełniła je o zdjęcie profilowe i/lub dane bibliograficzne swoich publikacji, w tym pełne teksty.

Ogólna liczba publikacji autorstwa naukowców związanych z NoKSiM wynosiła 2775, a łączna suma odsłon kont badanych (Academia Total Views) – 44 723,92. Naukowcy przeważnie mieli udostępnionych do 10 swoich tekstów. Jedynie 10 badanych zamieściło ponad 40 własnych publikacji na koncie Academia.edu.

Większość posiadaczy konta w tym serwisie (75%) miała najniższe wskaźniki odsłon (poniżej 100), z pozostałych platform jedynie 4 osoby mogły poszczycić się wskaźnikami powyżej tysiąca.

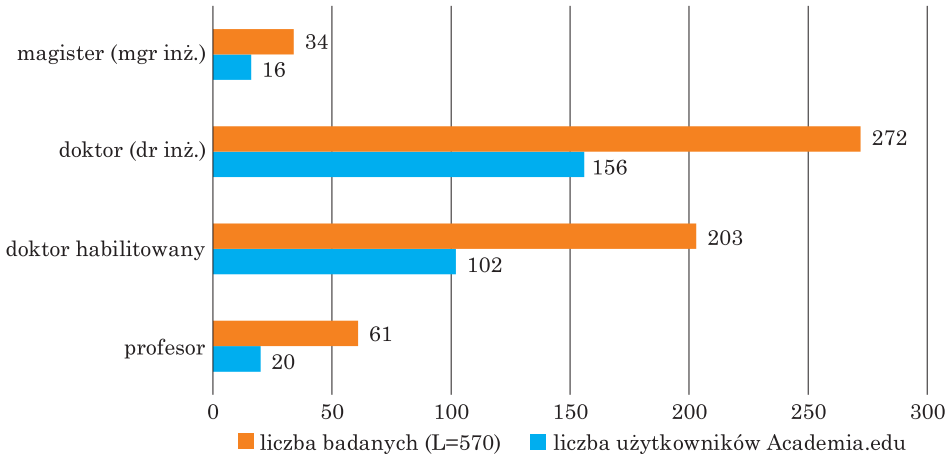
Jeśli chodzi o dwie dominujące afiliacje (rys. 8) w badanej grupie – Uniwersytet Warszawski (77 osób) oraz Uniwersytet Wrocławski (68 osób) – zauważono, że Academia.edu jest bardziej popularna wśród naukowców wrocławskich (47% ogółu badanych z tej uczelni) niż warszawskich (36,3%).



Rys. 8. Posiadacze konta Academia.edu według afiliacji (L=294) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Academia.edu była najpopularniejsza w grupie użytkowników (L=294) będących doktorami (53%), następnie doktorami habilitowanymi (35%). Najmniej kont w tym serwisie (rys. 9) mieli profesorowie (7%) i magistrowie (5%). Odnosząc wyniki do liczebności podgrup w całej zbiorowości (570), stwierdzono, jak już wspomniano (tab. 1), że serwis ten był najmniej wykorzystywany przez profesorów.



Rys. 9. Użytkownicy serwisu Academia.edu według stopnia i tytułu naukowego (L=294) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Biorąc natomiast pod uwagę płeć badanych, wśród użytkowników Academia.edu (L=294) nieznacznie przeważały kobiety (153, 52%) nad mężczyznami (141, 48%). Aczkolwiek porównując liczbę użytkowników tego serwisu z ogólną liczbą kobiet (306) i mężczyzn (264) z całej populacji uwzględnionej w badaniu (570), można stwierdzić, jak już wcześniej wspomniano (tab. 2), że Academia.edu była popularniejsza wśród mężczyzn (53,4%) niż kobiet (50%).

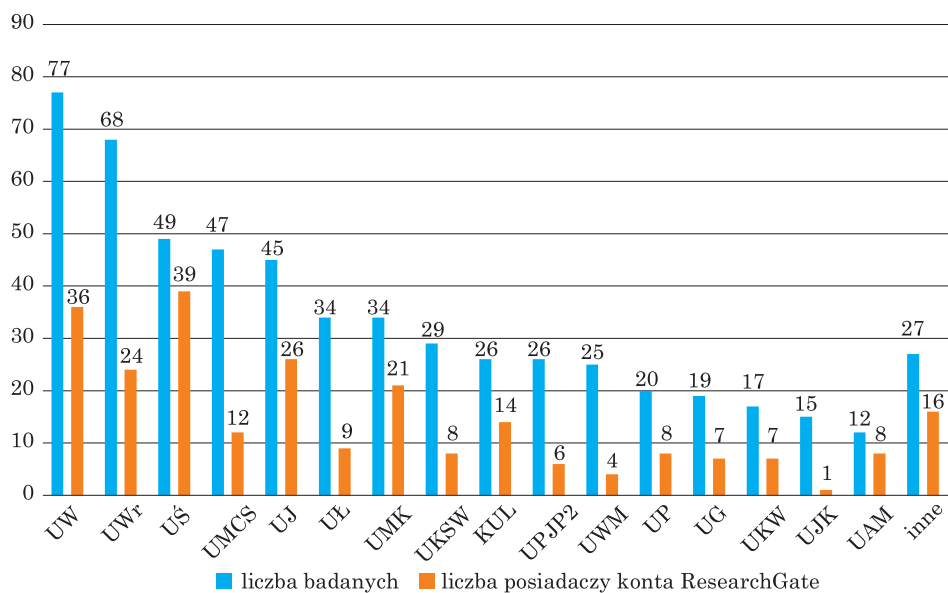
Konto na platformie ResearchGate (RG) posiadało 246 osób, z tego około 70% miało konto ze zdjęciem i/lub pełnymi tekstami swoich publikacji.

Łącznie na tej platformie w listopadzie 2020 roku było dostępnych 2390 pełnych tekstów reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach. Przeważały osoby udostępniające do 10 publikacji i/lub dane bibliograficzne, tylko 18 badaczy miało na swoich profilach ponad 40 własnych publikacji. Jedynie 24 osoby były aktywne w sekcji „Pytania-odpowiedzi”.

Zdecydowana większość naukowców, którzy upublicznili swój wskaźnik ResearchGate (113 ze 116 osób; wskaźnik sumaryczny 72), posiadała ten wskaźnik mniejszy od 5, a tylko 3 naukowców osiągnęło go powyżej 20.

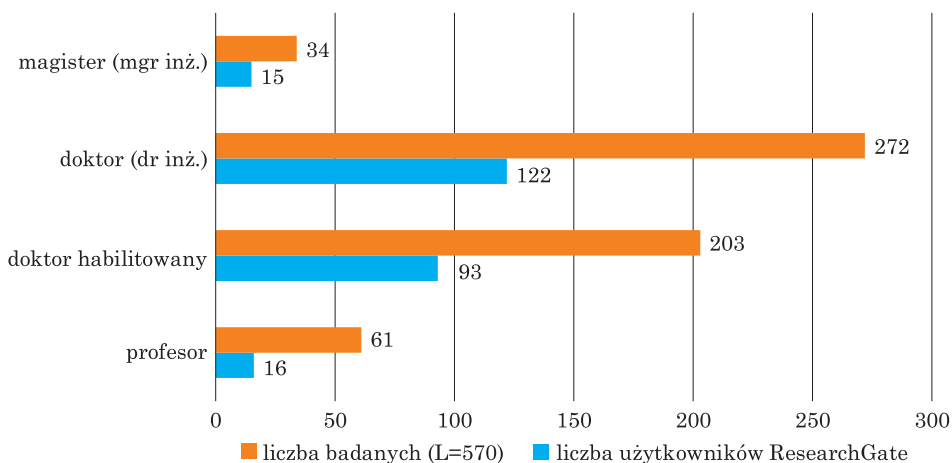
Odnosząc się do afiliacji użytkowników ResearchGate, zaobserwowano (rys. 10) pewne różnice względem poprzedniego serwisu. Otóż największa grupa naukowców posiadających konto na tej platformie pochodziła z Uniwersytetu Śląskiego (79,5% ogółu badanych z tej uczelni).

Analizując użytkowników platformy ResearchGate pod względem stopnia i tytułu naukowego (rys. 11), stwierdzono wyraźną przewagę doktorów (122, 50%) nad pozostałymi podgrupami (doktorzy habilitowani – 93, 38%; profesorowie – 16, 7%; magistrowie – 15, 6%). Natomiast odnosząc się do wszystkich badanych (570, tab. 1), można wskazać, że RG było najmniej popularne wśród profesorów, a w pozostałych podgrupach korzystanie z tego serwisu kształtowało się na zbliżonym poziomie (44–45%).



Rys. 10. Posiadacze konta ResearchGate według afiliacji (L=246) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 11. Użytkownicy serwisu ResearchGate według stopnia i tytułu naukowego (L=246) na tle wszystkich badanych (L=570)

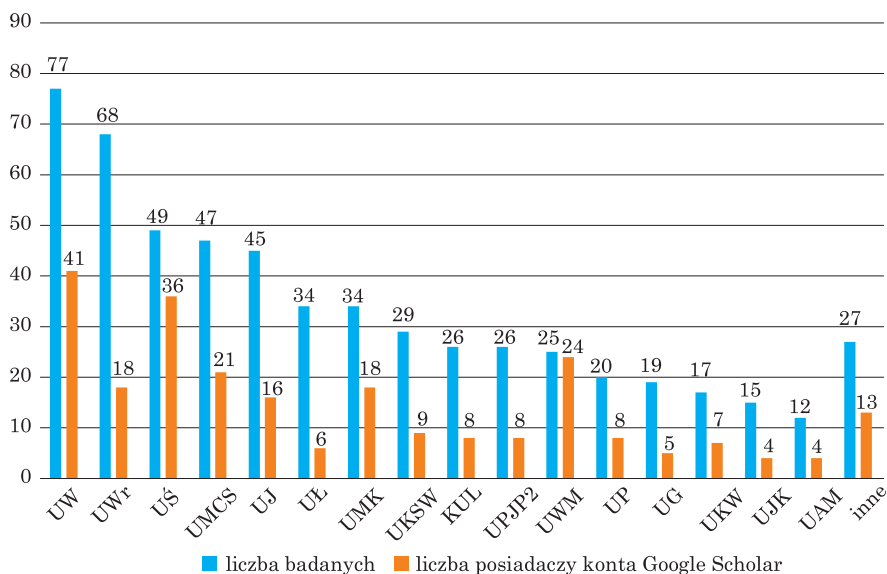
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Wśród posiadaczy konta RG (L=246) przeważały kobiety (132, 53,7%) nad mężczyznami (114, 46,3%); natomiast w odniesieniu do wszystkich badanych (570) nie zaobserwowano żadnych różnic (tab. 2).

Profil w Google Scholar (GS) posiadało w listopadzie 2020 roku 246 naukowców, czyli 43,2% ogółu badanych, z tego połowa miała konto ze zdjęciem profilowym oraz krótkim opisem (np. słowa kluczowe, afiliacja itp.).

Okolo 73% z tej grupy miało wskaźnik IH w wysokości do 5, w przedziale 5–10 było 16% badaczy, tylko 3 osoby miały IH powyżej 20. Ogólna suma tych indeksów wyniosła 949, a łączna suma cytowań – 39 507.

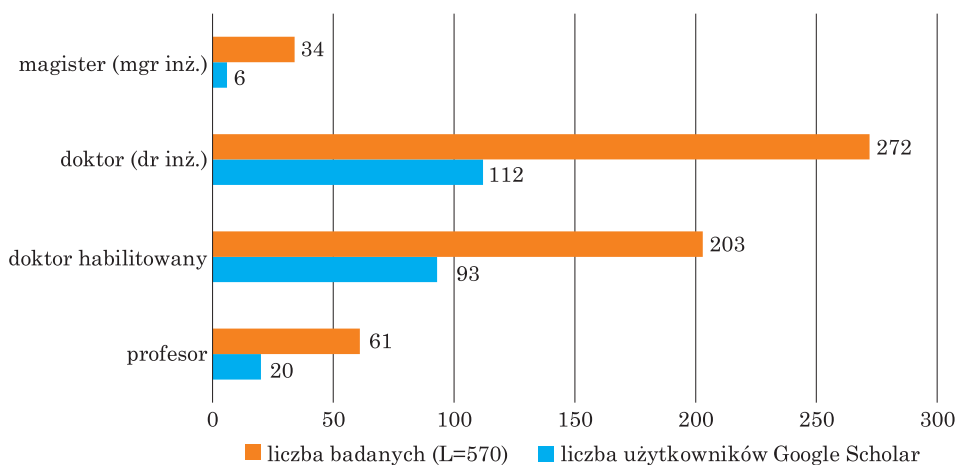
Uniwersytet Warszawski oraz Uniwersytet Śląski to dwie dominujące afiliacje posiadaczy konta Google Scholar (rys. 12). Jednak uwagę zwraca także Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, gdzie założenie konta w tym serwisie było wymagane przez władze uczelni przy wyborach kandydatów do rad naukowych dyscyplin w naukach humanistyczno-społecznych (do wyliczenia liczby cytowań; w innych naukach posługiwano się cytowaniami według Web of Science). Dlatego niemal 100% badanych pracowników UWM posiadało konta w GS.



Rys. 12. Posiadacze konta Google Scholar według afiliacji (L=246) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Podobnie jak przy wcześniej omówionych serwisach pod względem stopnia i tytułu naukowego (rys. 13) dominującą grupę stanowili doktorzy (112, 45,6%) i doktorzy habilitowani (93, 37,8%), dalej profesorowie (20, 8,13%) i magistrowie (6, 2,5%). Odnosząc się do ogólnej liczebności danej grupy w badanej zbiorowości, zauważono, że serwis Google Scholar najmniejszą popularnością cieszył się wśród magistrów, dwukrotnie popularniejszy był w pozostałych trzech podgrupach (tab. 1).



Rys. 13. Użytkownicy serwisu Google Scholar według stopnia i tytułu naukowego (L=246) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Profil w Google Scholar założyło nieznacznie więcej kobiet (129, 52,5%) niż mężczyzn (117, 47,5%), natomiast w odniesieniu do całej badanej grupy naukowców było to więcej mężczyzn (tab. 2).

Na zakończenie przedstawiono dane z dwóch międzynarodowych baz pełnotekstowych, posiadających również dane o cytowaniach.

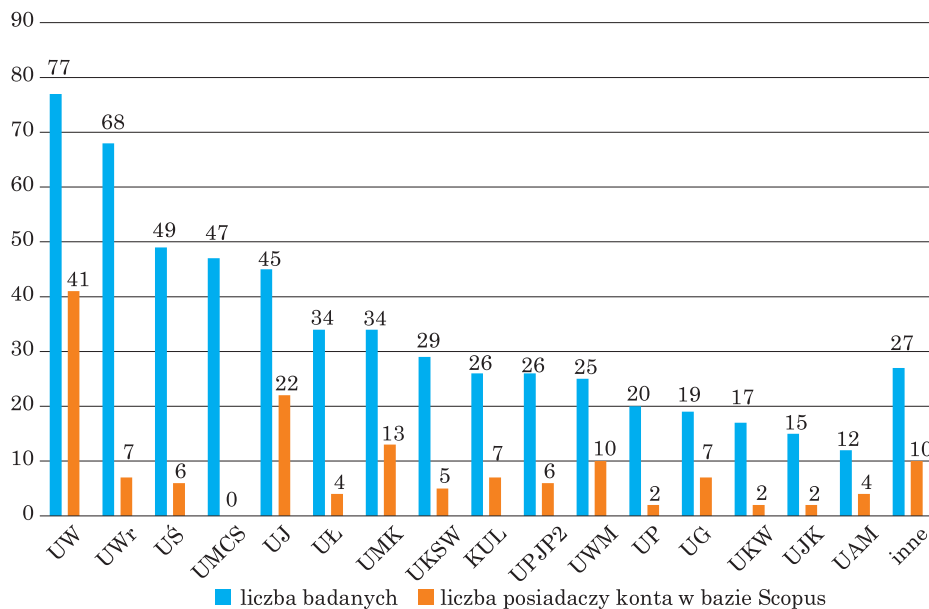
Tylko 148 osób (26% ogółu badanych) posiadało w listopadzie 2020 roku przynajmniej jedną publikację w bazie Scopus, w tym 78 osób miało też indywidualny profil.

Ogólna liczba publikacji autorstwa i współautorstwa przedstawicieli NoK-SiM wynosiła – 801, osiągnęły one łącznie 4383 cytowań. Tylko 12 naukowców miało w bazie Scopus więcej niż 11 swoich publikacji.

Sumaryczny indeks Hirscha w bazie Scopus wynosił 155, na który składały się indeksy niemal wszystkich badaczy (62 z 65 osób, które go posiadały) z przedziału 1–5. Pozostałe trzy osoby miały wyższe indeksy Hirscha, z których tylko jedna powyżej 20.

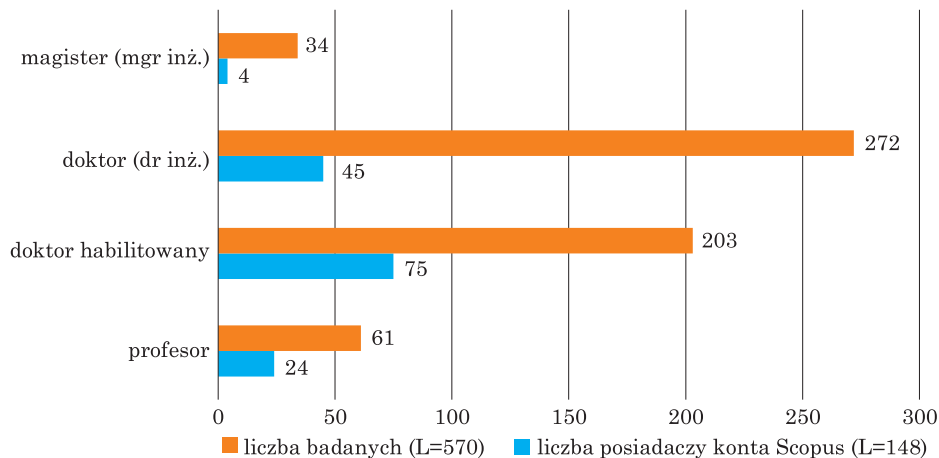
Analizując obecność badanych w bazie Scopus pod względem afiliacji, można zwrócić uwagę na wyraźną dominację Uniwersytetu Warszawskiego, jak też na brak Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie wśród uwzględnionych w tym badaniu uczelni publicznych (rys. 14).

W bazie Scopus pod względem stopnia i tytułu naukowego zauważono po raz pierwszy w tej analizie dużą przewagę doktorów habilitowanych nad doktorami. Ponadto w bazie tej było obecnych więcej profesorów niż w innych tu omawianych serwisach dla naukowców (rys. 15). Natomiast odnosząc się do liczebności w podgrupach wyróżnionych według tego kryterium, trzeba podkreślić, że w bazie Scopus w listopadzie 2020 roku najwięcej kont posiadali profesorowie (39,3%, tab. 1).



Rys. 14. Obecność w bazie Scopus według afiliacji (L=148)
na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Rys. 15. Obecność w bazie Scopus według stopnia i tytułu naukowego (L=148)
na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

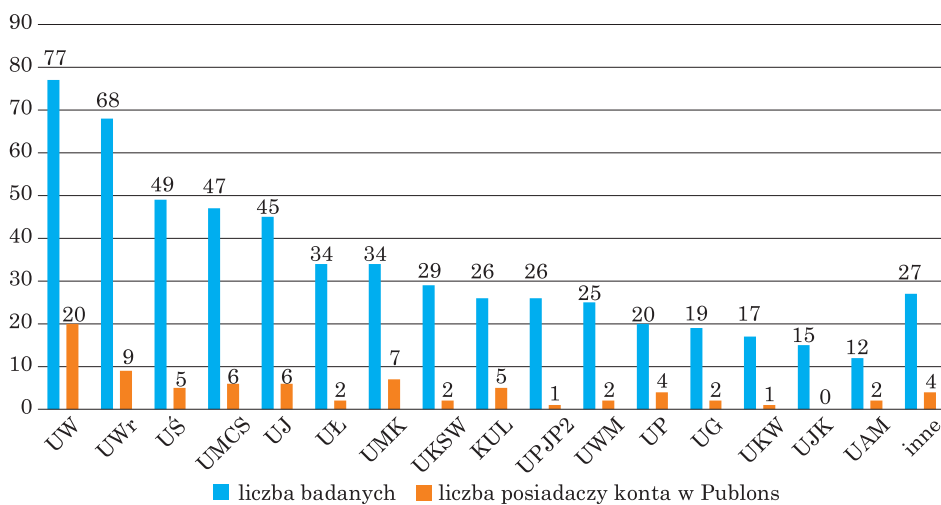
W bazie Scopus zaobserwowano większą obecność mężczyzn (86, 58,1%) wśród użytkowników niż kobiet (62, 41,9%), co odnosiło się także do wszystkich badanych (tab. 2).

Najmniej popularny w badanej grupie okazał się serwis Publons, który można powiązać nie tylko z publikacjami z bazy Web of Science, ale także wykonanymi recenzjami do czasopism współpracujących z tym serwisem. W listopadzie 2020 roku jedynie 78 respondentów było odnotowanych w bazie Publons (Web of Science). Połowa z nich miała dołączone własne publikacje do konta, kilkanaście osób informacje o wykonanych recenzjach, kilka osób miało zdjęcie profilowe.

Warto dodać, że na koncie w Publons można też prezentować dane bibliograficzne wszystkich swoich prac, nie tylko ujętych w WoS. Tak więc ogólna liczba tych publikacji przedstawicieli NoKSiM wynosiła 1065, a cytowań odnotowano łącznie 3241. Jeden z naukowców z badanej grupy miał ponad 600 publikacji w Publons, jednak większość badanych mniej niż 20.

Sumaryczny indeks Hirscha wynosił 72, składały się na niego indeksy łącznie 18 osób. Zdecydowana większość naukowców miała IH w przedziale 1–5, wyższy miały 3 osoby, z których jedna powyżej 20. Jeżeli chodzi o liczbę cytowań przypadających na jednego naukowca, to 12 z 18 osób miało ich do 20, a jedna osoba – ponad tysiąc.

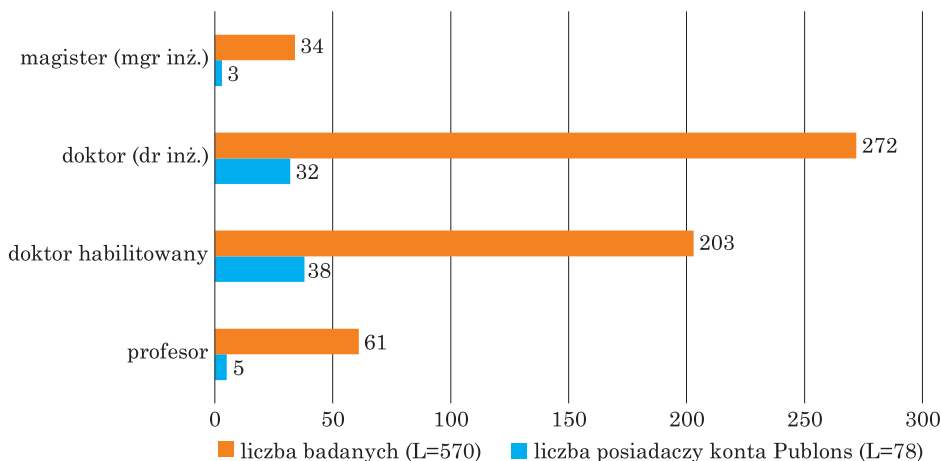
Analizując obecność badanych w bazie Publons pod względem afiliacji, można zwrócić uwagę – podobnie jak w Scopus – na wyraźną dominację Uniwersytetu Warszawskiego, jak też na brak Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach wśród uwzględnionych w tym badaniu uczelni publicznych (rys. 16).



Rys. 16. Użytkownicy serwisu Publons według afiliacji (L=78) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Ze względu na stopień i tytuł naukowy zaobserwowano w serwisie Publons nieznaczną przewagę doktorów habilitowanych w odniesieniu do doktorów, a także innych podgrup (rys. 17); dotyczyło to także porównania względem ogólnej liczebności wszystkich podgrup (tab. 1).



Rys. 17. Użytkownicy serwisu Publons (Web of Science) według stopnia i tytułu naukowego (L=78) na tle wszystkich badanych (L=570)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W przypadku serwisu Publons stwierdzono równy podział użytkowników ze względu na płeć (L=78, po 39 osób). Jednak w odniesieniu do wszystkich badanych zauważono, jak już wspomniano (tab. 2), większy udział procentowy mężczyzn niż kobiet.

Podsumowanie

W artykule omówiono wykorzystywanie pięciu serwisów dla naukowców: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons (Web of Science), przez polskich badaczy związanych z naukami o komunikacji społecznej i mediach.

Porównanie skali obecności na platformach w poszczególnych uczelniach pokazuje z jednej strony, że nie jest to w badanej grupie aktywność powszechna, a zaangażowanie nie zależy od wielkości zespołu reprezentującego daną jednostkę. Zarówno w odniesieniu do większych, jak i mniejszych uczelni omawiane aktywności dotyczyły głównie tylko części zespołu. Jak pokazano na wykresach, są to przede wszystkim pracownicy ze stopniem doktora lub doktora habilitowanego – można więc uznać, że dotyczy to młodszego i średniego pokolenia akademików – tych, którzy są aktywni naukowo, zainteresowani budowaniem swojego wizerunku w środowisku.

Wśród ograniczeń badania można by wskazać jego ilościowy charakter, który pozwala uchwycić pewien obraz, ale nie daje możliwości poznania przyczyn opisywanego stanu rzeczy. Trzeba także pamiętać o ograniczeniach wynikających ze źródeł wykorzystanych do gromadzenia danych o stanie osobowym dyscypliny, takich jak możliwe nieścisłości, braki czy dezaktualizacje. Ważną kwestią pozostaje wpływ czasu – w badaniach uchwyciono stan na listopad 2020 roku, a należy pamiętać, że naukowcy nie przestają (uogólniając) być aktywni w badanych serwisach, analizowane kwestie ulegają ciągłym zmianom, a więc wymagają regularnych, cyklicznych badań celem uchwycenia pewnych trendów czy prawidłowości.

Na podstawie danych ilościowych trudno wprost wnioskować o przyczynach takiego rozkładu zainteresowania narzędziami promocji własnego dorobku badawczego. Z pewnością w dalszych badaniach (także jakościowych) warto zwrócić uwagę na czynniki, które mogą mieć wpływ na skalę zainteresowania naukowców badanymi serwisami. Są to m.in.: różnice w okresie ich funkcjonowania (najdłuższą historię ma tu Academia.edu), ale też w polityce dostępu (ponownie Academia.edu, która wprowadziła odpłatność za część usług, co może skutkować spadkiem zainteresowania), niedawna reforma nauki wprowadzająca ministerialną listę czasopism punktowanych, wymagania związane ze ścieżką awansu akademickiego (wspólne dla wszystkich badaczy oraz specyficzne dla poszczególnych uczelni). To z kolei potencjalnie przekłada się na największe zainteresowanie aktywnością i zasięgiem wśród doktorów i doktorów habilitowanych. Pewien wpływ mogą mieć również poziom kompetencji cyfrowych akademików oraz subiektywne postawy wobec korzystania z narzędzi społecznościowych w internecie, a w konsekwencji związana z tymi czynnikami intensywność obecności naukowców w serwisach sieciowych.

Przyszłe badania mogłyby również uwzględnić zaktualizowaną liczbę naukowców przypisanych do nauk o komunikacji społecznej i mediach. Ponadto można by dokonać analogicznej charakterystyki w odniesieniu do innych mediów społecznościowych wykorzystywanych na potrzeby komunikacji naukowej, do których należy Twitter, LinkedIn czy Facebook.

Bibliografia

- Asnafi, Amir Reza (2017). Presence of the Iranian Library and the Information Science Departments in ResearchGate. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 37(4), 259–263.
- Bevern, Rene van; Komusiewicz, Christian; Niedermeier, Rolf; Sorge, Manuel and Walsh, Toby (2016). H-index manipulation by merging articles: Models, theory, and experiments. *Artificial Intelligence*, 240, 19–35.
- Białka, Natalia (2019). Obecność przedstawicieli polskiej informatologii i bibliologii w serwisach społecznościowych dla naukowców Academia.edu i ResearchGate. *Przegląd Biblioteczny*, 2(87), 167–184.
- Delgado López-Cózar, Emilio D.; Orduña-Malea, Enrique and Martín-Martín, Alberto (2019). Google Scholar as a data source for research assessment. In: *Springer handbook of science and technology indicators*, Springer, Cham, 95–127.

- Głowacka, Ewa; Kisilowska, Małgorzata i Świgoń, Marzena (2021). Analiza struktury przedstawicieli nowej dyscypliny – nauk o komunikacji społecznej i mediach. *Przegląd Biblioteczny*, 89(3), 299–316.
- Gusenbauer, Michael (2019). Google Scholar to overshadow them all? Comparing the sizes of 12 academic search engines and bibliographic databases. *Scientometrics*, 118(1), 177–214.
- Halevi, Gali; Moed, Henk and Bar-Ilan, Judit (2017). Suitability of Google Scholar as a source of scientific information and as a source of data for scientific evaluation – Review of the literature. *Journal of Informetrics*, 11(3), 823–834.
- Iwańska-Cieślak, Bernardeta (2016a). Informacja o nowych publikacjach polskich bibliologów i informatologów w przestrzeni sieciowej (cz. 1). *Toruńskie Studia Bibliologiczne*, 1(16), 211–238.
- Iwańska-Cieślak, Bernardeta (2016b). Informacja o nowych publikacjach polskich bibliologów i informatologów w przestrzeni sieciowej (cz. 2). *Toruńskie Studia Bibliologiczne*, 2(17), 179–200.
- Jamali, Hamid; R., Nicholas, David and Herman, Eti (2016). Scholarly reputation in the digital age and the role of emerging platforms and mechanisms. *Research Evaluation*, 25(1), 37–49.
- Kisilowska-Szurmińska, Małgorzata; Świgoń, Marzena i Głowacka, Ewa (2022). The use of Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus, and Publons among the Polish researchers of social communication and media sciences. *Przegląd Biblioteczny*, 2 (w druku).
- Kowalska-Chrzanowska, Małgorzata i Krysiński, Przemysław (2020). Rola serwisów internetowych jako narzędzi oceny dorobku naukowego: przykład wykorzystania serwisów Google Scholar, ResearchGate i Academia.edu przez wybranych polskich reprezentantów nauk o komunikacji społecznej i mediach. *Zeszyty Prasoznawcze*, 63(4), 9–35.
- Martin-Martín, Alberto; Orduña-Malea, Enrique; Thelwall, Mike and López-Cózar, Emilio D. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories. *Journal of Informetrics*, 12(4), 1160–1177.
- Merga, Margaret K.; Roni, Sayidi M. and Mason, Shannon (2020). Should Google Scholar be used for benchmarking against the professoriate in education? *Scientometrics*, 1–18.
- Míguez-González, Maria I.; Puentes-Rivera, Ivan and Dafonte-Gómez, Alberto (2017). Academic Social Networks and Communication Researchers from Universities in the North of Portugal: An Analysis of Academia.edu and ResearchGate. In: F. Campos-Freire, X. Rúas-Araújo, V.A. Martínez-Fernández, X. López-García (eds.). *Media and Metamedia Management*, Springer, 405–411.
- Ortega, Jose Luis (2015a). Disciplinary differences in the use of academic social networking sites. *Online Information Review*, 39(4), 520–536.
- Ortega, Jose Luis (2015b). How is an academic social site populated? A demographic study of Google Scholar Citations population. *Scientometrics*, 104(1), 1–18.
- Ortega, Jose Luis (2017a). Are peer-review activities related to reviewer bibliometric performance? A scientometric analysis of Publons. *Scientometrics*, 112(2), 947–962.
- Ortega, Jose Luis (2017b). Toward a homogenization of academic social sites: A longitudinal study of profiles in Academia.edu, Google Scholar Citations and ResearchGate. *Online Information Review*, 41(6), 812–825.
- Ortega, Jose Luis (2018). Exploratory analysis of Publons metrics and their relationship with bibliometric and altmetric impact. *Aslib Journal of Information Management*, 71(1), 124–136, <https://doi.org/10.1108/AJIM-06-2018-0153>.
- Thoma, Brent and Chan, Teresa M. (2019). Using Google Scholar to track the scholarly output of research groups. *Perspectives on Medical Education*, 8(3), 201–205.
- Winter, Joost C. de; Zadpoor, Amir A. and Dodou, Dimitra (2014). The expansion of Google Scholar versus Web of Science: a longitudinal study. *Scientometrics*, 98(2), 1547–1565.

Streszczenie

Celem niniejszego artykułu było opisanie skali obecności przedstawicieli nauk o komunikacji społecznej i mediach w największych międzynarodowych bazach, wyszukiwarkach i serwisach społecznościowych komunikacji naukowej: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus i Publons (Web of Science). Obecność tę opisano według takich kategorii, jak: afiliacja badanych, tytuł/stopień naukowy, płeć, na podstawie statystycznej analizy danych pozyskanych z ogólnodostępnych źródeł administracji naukowej. Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że największe grupy użytkowników rekrutują się spośród doktorów i doktorów habilitowanych, natomiast afiliacja (w tym przynależność do największych w kraju zespołów uczelnianych) nie jest tu czynnikiem znaczącym.

Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus and Publons (Web of Science) – detailed analysis of the presence of representatives from social communications and media sciences

Summary

The presented study analysed the presence of representatives from communication and media sciences in the largest international databases, search engines and social networks of scholarly communication: Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus and Publons (Web of Science). This presence was described according to categories such as affiliation of the respondents, title/degree and gender and was based on a statistical analysis of data extracted from publicly available sources of scientific administration. It was found that the largest groups of users are recruited from among PhDs and habilitated PhDs, while affiliation (including membership of the largest university teams in the country) is not a significant factor.

Maja Wojciechowska

ORCID: 0000-0002-5340-3722

Instytut Filologii Polskiej

Uniwersytet Gdański

Struktura i kierunki działania IFLA w świetle strategii na lata 2019–2024

Słowa kluczowe: organizacje bibliotekarskie, IFLA, strategia, struktura, kierunki działań

Keywords: libraries, IFLA, strategy, structure, lines of action

Wstęp

Biblioteki to jedne z częściej występujących na świecie instytucji kulturalnych, które posiadają duży potencjał organizacyjny, społeczny i wiedzy. Ich kondycja i aktywność zależy od szeregu różnych czynników. Szczególne znaczenie ma działalność dużych organizacji bibliotekarskich, których celem jest informowanie społeczeństw oraz rządów o roli i znaczeniu, jakie mogą odgrywać placówki biblioteczne w rozwoju kulturalno-społecznym kraju, a także koordynowanie ich współdziałania i wybranych projektów. Jedną z największych organizacji zrzeszających bibliotekarzy, lobbującą na rzecz bibliotek, czytelnictwa, alfabetyzacji i aktywizacji społeczno-kulturalnej jest IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions). W artykule przedstawiono kierunki działań strategicznych tej organizacji oraz kluczowe inicjatywy ujęte w strategii na lata 2019–2024. Na podstawie analizy dokumentów organizacji zarysowano również rolę programów strategicznych oraz programu publikacyjnego IFLA, które przyczyniają się do rozwoju określonych obszarów uznanych za istotne dla współczesnego bibliotekarstwa.

Organizacje bibliotekarskie na świecie

Na całym świecie działają organizacje (stowarzyszenia, federacje, związki zawodowe itp.), które mają na celu reprezentowanie interesów bibliotekarzy i pracowników informacji, a także dbanie o rozwój kompetencji informacyjnych społeczeństw, wspieranie rozwoju kulturalnego, zachowanie dziedzictwa

narodowego i integrację społeczną. Są to instytucje o charakterze ogólnym, zrzeszające przedstawicieli zawodu z różnych krajów i różnych typów bibliotek, jak również organy skoncentrowane na wybranym rodzaju bibliotek lub integrujące członków z konkretnego kraju. Do organizacji zrzeszających bibliotekarzy z określonego typu bibliotek należą m.in.:

- Międzynarodowe Stowarzyszenie Bibliotekarstwa Szkolnego (ang. International Association of School Librarianship, IASL), założone w 1971 roku, zrzeszające bibliotekarzy szkolnych i osoby związane z bibliotekarstwem szkolnym – nauczycieli, wydawców książki edukacyjnej (International Association of School Librarianship, n.d.);
- Stowarzyszenie Europejskich Bibliotek Naukowych (fr. Ligue de Bibliothèques Européennes de Recherche, LIBER), założone w 1971 roku, zrzeszające członków z krajów Rady Europy – osoby związane z bibliotekarstwem naukowym oraz instytucje – biblioteki narodowe, biblioteki akademickie, biblioteki gromadzące zbiory naukowe, organizacje bibliotekarskie, firmy i konsorcja działające na rzecz bibliotek (LIBER, n.d.);
- Europejskie Biblioteki Teologiczne (fr. Bibliothèques européennes de théologie, BETH), stowarzyszenie założone w 1961 roku, stawiające sobie za cel rozwijanie bibliotekarstwa i bibliotek teologicznych w Europie (European Theological Libraries, 2021).

Druga grupa organizacji, zrzeszająca przedstawicieli zawodu z konkretnego kraju lub regionu geograficznego, to np.:

- Stowarzyszenie Bibliotek Amerykańskich (ang. *American Library Association*, ALA), założone w 1876 roku, integrujące bibliotekarzy, biblioteki oraz inne organizacje bibliotekarskie z terenu Stanów Zjednoczonych (American Library Association, n.d.);
- Australijskie Stowarzyszenie Bibliotek i Informacji (ang. Australian Library and Information Association, ALIA), powołane do życia w 1937 roku, działające w obszarze usług bibliotecznych i informacyjnych (Australian Library and Information Association, 2021);
- Europejskie Biuro Stowarzyszeń Bibliotek, Informacji i Dokumentacji (ang. European Bureau of Library Information and Documentation Associations, EBLIDA), założone w 1992 roku, wyrażające stanowisko środowiska bibliotekarskiego wobec Komisji Europejskiej (EBLIDA, n.d.);
- Informacja Elektroniczna dla Bibliotek (ang. Electronic Information for Libraries, EIFL), organizacja non-profit założona w 1999 roku, która współpracuje z bibliotekami, aby umożliwić dostęp do wiedzy w krajach rozwijających się i przechodzących transformację gospodarczą – w Afryce, krajach Azji i Pacyfiku, Europie i Ameryce Łacińskiej (Electronic Information for Libraries, n.d.);
- Stowarzyszenie Bibliotekarzy Litewskich (lit. Lietuvos bibliotekininkų draugija, LBD), powołane do życia w 1931 roku, zrzeszające działających na Litwie bibliografów, bibliologów i informatologów (Lietuvos bibliotekininkų draugija, n.d.). Stowarzyszenie to działa na podobnych zasadach jak inne organizacje krajowe w wielu państwach na świecie, które nie będą w tym miejscu szerzej opisywane.

W Polsce do ważniejszych organizacji bibliologiczno-informatologicznych zaliczane są:

- Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich (SBP), założone w 1917 roku, zrzeszające bibliotekarzy, pracowników informacji naukowej, pracowników naukowych zajmujących się bibliotekoznawstwem i informacją naukową oraz inne osoby związane z bibliotekarstwem i informacją naukową (Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, b.d.);
- Polskie Towarzystwo Informacji Naukowej (PTIN), powołane w 1992 roku, nastawione na integrowanie działań polskich informatologów i pracowników bibliotek, zwłaszcza naukowych i technicznych (Polskie Towarzystwo Informacji Naukowej, b.d.);
- Polskie Towarzystwo Bibliologiczne (PTB), zarejestrowane w 1989 roku, skupione wokół zagadnień księgoznawczych oraz działań osób i instytucji związanych z tą tematyką (Polskie Towarzystwo Bibliologiczne, b.d.);
- Polski Związek Bibliotek (PZW), powstały w 1999 roku, zrzeszający polskich bibliotekarzy, przede wszystkim z bibliotek publicznych (Polski Związek Bibliotek, b.d.);
- Federacja Bibliotek Kościelnych „Fides”, założona w 1991 roku, stowarzyszająca przedstawicieli bibliotek Kościoła katolickiego w Polsce (Federacja Bibliotek Kościelnych „Fides”, b.d.).

Organizacje bibliotekarskie tworzą wzajemnie powiązaną ze sobą sieć współpracy i wsparcia, integrują bibliotekarzy oraz przedstawicieli pokrewnych zawodów, instytucje biblioteczne oraz inne stowarzyszenia i związki. Jak pisze Natalia Pamuła-Cieślak: „należą one do tzw. trzeciego sektora – organizacji pozarządowych, działających społecznie i nie dla zysku. Rolą takich zbiorowości jest przede wszystkim budowa kapitału społecznego przez tworzenie sieci powiązań międzyludzkich oraz mobilizacja grup społecznych i jednostek do większej aktywności różnego typu” (Pamuła-Cieślak, 2019, s. 574). W Polsce i za granicą organizacje te są również często odpowiedzialne za dystrybuowanie wiedzy specjalistycznej w postaci tekstów w publikowanych przez nie czasopiśmie fachowych, naukowych i różnego rodzaju opracowaniach zawodowych. Wspierają także lub inicjują prace normalizacyjne związane z książką i informacją. Są ponadto autorami i beneficjentami różnych programów kulturalnych i społecznych.

Najważniejszą i najbardziej rozpoznawalną organizacją bibliotekarską na świecie jest Międzynarodowa Federacja Stowarzyszeń i Instytucji Bibliotekarskich – IFLA, która zostanie opisana w dalszej części artykułu.

IFLA – cele działalności

IFLA – Międzynarodowa Federacja Stowarzyszeń i Instytucji Bibliotekarskich (ang. International Federation of Library Associations and Institutions) – jest wiodącym organem międzynarodowym reprezentującym interesy bibliotekarzy,

czytelników i bibliotek. Czuwa nad zapewnianiem dostępu do rzetelnej informacji poprzez budowanie efektywnego i dostępnego systemu usług informacyjnych na całym świecie. Dzięki koordynacji prac wielu stowarzyszeń, instytucji, bibliotek oraz osób indywidualnych dąży do rozwijania kompetencji informacyjnych i kulturowych w wielu krajach, zwłaszcza w tych, które potrzebują wsparcia w tym zakresie. Jak można przeczytać w jej dokumentach: IFLA działa zarówno w celu reprezentowania bibliotek na arenie międzynarodowej, jak i wzmacniania zdolności stowarzyszeń członkowskich, instytucji i osób fizycznych do popierania i dostarczania usług bibliotecznych i informacyjnych, które poprawiają jakość życia. Organizacja ta to „globalny głos bibliotek” (IFLA, 2020).

IFLA została założona w 1927 roku w Edynburgu w Szkocji, zaś obecnie jej siedziba znajduje się w Hadze w Holandii. Liczba członków Federacji systematycznie rośnie. Obecnie zarejestrowanych jest 1447 członków ze 155 krajów (IFLA, 2019a), podczas gdy w 2014 roku było ich 1396 (Wojciechowska, 2017, s. 251). Dzięki dorocznym kongresom organizowanym na różnych kontynentach członkowie mają szansę wymieniać się doświadczeniami, inicjować międzynarodowe projekty oraz formułować wspólną politykę w obszarze zapewniania dostępu do informacji na świecie, a także poznawać kulturę kraju goszczącego. W 2014 roku we Francji miał miejsce 80. Kongres IFLA (Wojciechowska, 2014), zaś w roku 2017 organizacja świętowała 90. rocznicę powstania (wówczas kongres odbył się w Polsce, we Wrocławiu). Ponadto organizuje ona liczne mniejsze spotkania i konferencje.

Sama IFLA prezentowana jest jako niezależna, międzynarodowa, pozarządowa organizacja non-profit, której głównymi celami są:

- promowanie wysokich standardów świadczenia usług bibliotecznych i informacyjnych;
- zachęcanie do dostrzegania wartości dobrych usług bibliotecznych i informacyjnych;
- reprezentowanie interesów swoich członków na całym świecie (IFLA, 2021b).

- Wśród wartości uważanych za kluczowe w działalności IFLA można wyróżnić:
- wspieranie zasady wolności dostępu do informacji, idei i dzieł oraz wolności słowa wyrażonej w artykule 19 *Powszechnej deklaracji praw człowieka*;
 - przekonanie, że ludzie, społeczności i organizacje potrzebują powszechnego i sprawiedliwego dostępu do informacji, pomysłów i dzieł – dla ich dobrobytu społecznego, edukacyjnego, kulturowego, demokratycznego i gospodarczego;
 - przekonanie, że świadczenie wysokiej jakości usług bibliotecznych i informacyjnych pomaga zagwarantować taki dostęp;
 - zobowiązanie do umożliwienia wszystkim członkom Federacji angażowania się i czerpania korzyści z jej działalności bez względu na obywatelstwo, niepełnosprawność, pochodzenie etniczne, płeć, położenie geograficzne, język, filozofię polityczną, rasę lub religię (IFLA, 2021b).

IFLA stara się nawiązywać stosunki z innymi organizacjami międzynarodowymi działającymi na pokrewnych polach oraz uczestniczyć w projektach i programach międzynarodowych (Wojciechowska, 2019, s. 274–276). Federacja

współpracuje m.in. z UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), ONZ (United Nations), ICSU (International Council of Scientific Unions), WIPO (World Intellectual Property Organization), ISO (International Organization for Standardization), WTO (World Trade Organization), posiadając w tych organizacjach status obserwatora lub pełniąc inne formalne funkcje. Sama również przyznaje status doradczy wielu organizacjom. Należą do nich m.in.: IPA (International Publishers Association), ICA (International Council on Archives), ICOM (International Council of Museums), ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), ICBS (International Committee of the Blue Shield).

Struktura IFLA w 2021 roku

IFLA posiada rozbudowaną strukturę organizacyjną, która ma na celu regulowanie działań podejmowanych w 150 krajach członkowskich. Obecna struktura została wprowadzona w 2008 roku i obejmuje:

- Walne Zgromadzenie Członków (ang. The General Assembly of Members), które jest najwyższym organem zarządzającym, składającym się z delegatów członków z prawem głosu. Zwykle spotyka się każdego roku na kongresie, podczas którego wybierani są prezes i członkowie Rady Zarządzającej. Bierze również pod uwagę uchwały (ogólne oraz dotyczące samego zawodu), które po zatwierdzeniu są zazwyczaj przekazywane do Komitetu Wykonawczego i Komisji Zawodowej w celu podjęcia odpowiednich działań;
- Radę Zarządzającą (ang. Governing Board), która jest odpowiedzialna za kierowanie IFLA, zgodnie z wytycznymi zatwierdzonymi przez Zgromadzenie. Zarząd składa się z prezesa, przewodniczącego-elekta, dziesięciu członków wybieranych bezpośrednio (drogą pocztową i/lub elektroniczną, co dwa lata) oraz sześciu pośrednio wybieranych członków Komisji Zawodowej (przez grupy zawodowe poprzez sekcje i wydziały oraz przewodniczących Sekcji Zarządzania Stowarzyszeniami Bibliotekarskimi). Rada Zarządzająca zbiera się trzy razy w roku, w tym raz podczas dorocznego kongresu IFLA;
- Komitet Wykonawczy (ang. Executive Committee) – ma delegowaną przez Radę Zarządzającą odpowiedzialność wykonawczą do nadzorowania kierowaniem IFLA między posiedzeniami tej Rady i w ramach ustalonej przez nią polityki. Komitet składa się z prezesa, prezydenta-elekta, skarbnika, przewodniczącego Komisji Zawodowej, dwóch członków Rady Zarządzającej;
- Komisję Zawodową (ang. Professional Committee), której obowiązkiem jest zapewnienie koordynacji pracy wszystkich jednostek IFLA odpowiedzialnych za działalność zawodową, polityki i programy. Komisja, podobnie jak Rada Zarządzająca, spotyka się trzy razy w roku, w tym raz podczas dorocznego kongresu IFLA.

Ponadto w ramach IFLA działa 45 sekcji tematycznych pogrupowanych w pięć oddziałów nazywanych dywizjami. Wszyscy członkowie IFLA są uprawnieni do rejestracji w wybranych przez siebie sekcjach. Po zarejestrowaniu członkowie z prawem głosu mogą nominować specjalistów do Stałego Komitetu Sekcji, w których są zarejestrowani. Stały Komitet to kluczowa grupa profesjonalistów, którzy opracowują i monitorują program sekcji. W tabeli nr 1 zaprezentowano strukturę sekcji.

Tabela 1

Sekcje w ramach IFLA

Oddziały	Sekcje należące do oddziału	Powiązane programy strategiczne i komisje	Powiązane agendy (Special Interest Groups)
1	2	3	4
Dział sekcji typów bibliotek (Division of Library Types)	<ul style="list-style-type: none"> – Sekcja Bibliotek Akademickich i Naukowych – Sekcja Bibliotek Sztuk Pięknych – Sekcja Bibliotek Rządowych – Sekcja Bibliotek Medycznych i Biologicznych – Sekcja Bibliotek Prawnych – Sekcja Bibliotek Obsługujących Osoby z Niepełnosprawnością Czytelniczą – Sekcja Bibliotek i Ośrodków Informacji Parlamentarnej – Sekcja Bibliotek Metropolitalnych – Sekcja Bibliotek Narodowych – Sekcja Bibliotek Publicznych – Sekcja Bibliotek Szkolnych – Sekcja Bibliotek Nauk Ścisłych i Technicznych – Sekcja Bibliotek Nauk Społecznych 	<ul style="list-style-type: none"> – Komisja do spraw Standardów (Committee on Standards) 	<ul style="list-style-type: none"> – Evidence for Global and Disaster Health (Health and Biosciences Libraries) – National Organizations and International Relations (National Libraries Section) – Religions: Libraries and Dialogue (Social Science Libraries Section)
Dział sekcji do spraw kolekcji bibliotecznych (Division of Library Collections)	<ul style="list-style-type: none"> – Sekcja Gromadzenia i Rozwoju Kolekcji – Sekcja Kolekcji Multimedialnych i Audiowizualnych – Sekcja Dostarczania Dokumentów i Udostępniania Zasobów – Sekcja do spraw Zrównoważonego Rozwoju Środowiska i Bibliotek – Sekcja Genealogii i Historii Lokalnej – Sekcja Informacji Rządowej i Dokumentów Oficjalnych – Sekcja Nowych Mediów – Sekcja Konserwacji i Zachowania Zbiorów – Sekcja Książek Rzadkich i Zbiorów Specjalnych – Sekcja Czasopism i Wydawnictw Ciągłych 	<ul style="list-style-type: none"> – Ochrona i Konserwacja (Preservation and Conservation) – Komisja do spraw Standardów (Committee on Standards) 	<ul style="list-style-type: none"> – LGBTQ Users (Acquisition and Collection Development) – Library Publishing (Acquisition and Collection Development)

cd. tabeli 1

1	2	3	4
Dział sekcji usług bibliotecznych (Division of Library Services)	<ul style="list-style-type: none"> – Sekcja Bibliograficzna – Sekcja Katalogowania – Sekcja do spraw Ludności Rdzennej – Sekcja Edukacji Informacyjnej – Sekcja Technologii Informacyjnej – Sekcja Zarządzania Wiedzą – Sekcja Bibliotek dla Dzieci i Młodzieży – Sekcja Usług Bibliotecznych dla Ludności Wielokulturowej – Sekcja Usług Bibliotecznych dla Użytkowników ze Specjalnymi Potrzebami – Sekcja Alfabetyzacji i Czytelnicstwa – Sekcja Usług Informacyjnych – Sekcja Kolekcji Dziedziny 	<ul style="list-style-type: none"> – UNIMARC – Komisja do spraw Standardów (Committee on Standards) 	<ul style="list-style-type: none"> – Big Data (Information Technology Section) – Digital Humanities – Digital Scholarship (Knowledge Management Section)
Dział sekcji wsparcia zawodowego bibliotekarzy (Division of Support of the Profession)	<ul style="list-style-type: none"> – Sekcja Stałego Rozwoju Zawodowego i Podnoszenia Kwalifikacji w Miejscu Pracy – Sekcja Edukacji i Doskonalenia Zawodowego – Sekcja Budynków i Wyposażenia Bibliotecznego – Sekcja Teorii i Badań Bibliotecznych – Sekcja Zarządzania i Marketingu – Sekcja Zarządzania Stowarzyszeniami Bibliotekarskimi – Sekcja Statystyki i Ewaluacji 	<ul style="list-style-type: none"> – Komisja do spraw Wolności Dostępu do Informacji i Wolności Wypowiedzi (Committee on Freedom of Access to Information and Freedom of Expression, FAIFE) – Komisja do spraw Praw Autorskich i Innych Kwestii Prawnych (Committee on Copyright and other Legal Matters, CLM) – Komisja do spraw Standardów (Committee on Standards) 	<ul style="list-style-type: none"> – Library History (Library Theory and Research Section) – New Professionals (Management of Library Associations Section) – Women, Information and Libraries Special Interest Group (Management of Library Associations Section) – LIS Education in Developing Countries (Education and Training Section)
Dział sekcji regionalnych (Division of Regions)	<ul style="list-style-type: none"> – Sekcja Afryki – Sekcja Azji i Oceanii – Sekcja Ameryki Łacińskiej i Karaibów 	<ul style="list-style-type: none"> – Program Rozwoju Bibliotek (Library Development Programme, LDP) – Komisja do spraw Standardów (Committee on Standards) 	<ul style="list-style-type: none"> – Access to Information Network – Africa (ATINA) (Africa Section)

Źródło: opracowanie własne na podstawie IFLA (2019a).

Na szczególną uwagę zasługują działania regionalne podejmowane w ramach struktur IFLA. W Wydziale do spraw Działalności Regionalnej powstały trzy sekcje regionalne: Sekcja Afryki, Azji i Oceanii oraz Ameryki Łacińskiej i Karaibów. Sekcje te zajmują się wszystkimi aspektami usług bibliotecznych i informacyjnych w swoich regionach. Promują działania IFLA i ściśle współpracują z biurami regionalnymi IFLA, zlokalizowanymi w Pretorii w RPA, Singapurze i Buenos Aires w Argentynie. W 2021 roku wyłoniono trzy kolejne sekcje (Europy, Bliskiego Wschodu i Ameryki Północnej).

W ramach IFLA mogą być również tworzone tymczasowe i nieformalne grupy szczególnych zainteresowań (tzw. Special Interest Groups), które umożliwiają podejmowanie określonych kwestii zawodowych, społecznych lub kulturowych. Grupy szczególnych zainteresowań mogą być tworzone na dwa lata, z możliwością przedłużenia (muszą być sponsorowane przez sekcję). Grupy, które cieszą się dużym zainteresowaniem, przekształcane są w regularnie działające sekcje.

Jak podaje IFLA (2021b), około 60% dochodów organizacji pochodzi ze składek członkowskich. Inne źródła dochodu obejmują: sprzedaż publikacji, wkłady pieniężne i rzeczowe od partnerów korporacyjnych, dotacje od fundacji i agencji rządowych. Programy strategiczne realizowane przez Federację są wspierane przez granty od międzynarodowych agencji finansujących oraz darowizny i wkłady rzeczowe bibliotek krajowych i uniwersyteckich oraz stowarzyszeń krajowych.

Efektami prac w sekcjach oraz w całej Federacji są często różnego rodzaju publikacje: naukowe monografie i artykuły, materiały pokonferencyjne, raporty, ekspertyzy, narzędzia oraz inne opracowania. Wśród najważniejszych wymienić należy:

- *IFLA Journal* – kwartalnik naukowy, którego wydawcą jest SAGE. Każdy numer zawiera recenzowane artykuły na temat usług bibliotecznych i informacyjnych oraz kwestii społeczno-politycznych i ekonomicznych, które mają wpływ na dostęp do informacji za pośrednictwem bibliotek. Do tej pory ukazało się 46 roczników czasopisma. Każdy rocznik składa się z czterech numerów, w których publikowane są badania, studia przypadków, eseje przygotowane przez autorów z całego świata (IFLA, 2021a);
- Raport roczny – *IFLA Annual Report* – przedstawiający wyniki IFLA w poprzednich latach;
- Seria *IFLA Publication Series* – publikowana przez głównego wydawcę publikacji IFLA – De Gruyter w Berlinie – prezentuje sposoby, za pomocą których biblioteki, centra informacyjne i specjaliści do spraw informacji na całym świecie mogą realizować swoje cele, wywierać wpływ jako grupa, chronić swoje interesy i znajdować rozwiązania globalnych problemów. Tomy są dostępne w wersji drukowanej i elektronicznej. Do połowy 2021 roku ukazało się 180 tytułów, które publikowane są dwa–trzy razy w roku;
- Seria *IFLA Professional Reports* – zawiera raporty i wytyczne dotyczące najlepszych praktyk. Pojawiają się w niej również wskazówki na temat wdrażania standardów i wytycznych IFLA, raporty z projektów, publikacje na temat

aktualnych trendów w praktyce zawodu bibliotekarza. Część z nich, w celu lepszego upowszechnienia, publikowana jest na licencji Creative Commons. Do połowy 2021 roku ukazało się 137 numerów;

- *IFLA Series on Bibliographic Control* – seria powiązana z programem UNIMARC, prezentująca wyniki prac nad standardami bibliograficznymi. Do 2021 roku ukazało się w niej 45 tomów;
- *Global Studies in Libraries and Information* – to monografie naukowe tworzone i recenzowane przez czołowych specjalistów i naukowców z całego świata. Służą jako narzędzie do profesjonalnej i naukowej komunikacji w obszarze szybko rozwijającej się dziedziny bibliotekoznawstwa i informatologii.

Ponadto IFLA oferuje szereg innych publikacji, w tym tomy bądź raporty niepublikowane w ramach żadnej z ww. serii.

Programy strategiczne IFLA

IFLA w ramach swojej działalności wyznacza kluczowe dla jej celów programy strategiczne. Obejmują one przede wszystkim kwestie wspólne dla bibliotek i usług informacyjnych na całym świecie. Cele i projekty programów strategicznych, kierowane przez wspomnianą już Komisję Zawodową (Professional Committee), odnoszą się do programu samej Federacji oraz priorytetów oddziałów i sekcji.

W tym miejscu wymienić należy Program Rozwoju Bibliotek (Library Development Programme, LDP), który skoncentrowany jest na szerokim zakresie problemów, zwłaszcza specyficznych dla krajów rozwijających się, choć nie tylko.

Pozostałe programy dotyczą bieżących, ważnych na arenie międzynarodowej zagadnień. Są to m.in.:

- ochrona i konserwacja (Preservation and Conservation, PAC). Jego zadaniem jest zapewnienie przechowywania publikowanych i niepublikowanych materiałów bibliotecznych oraz archiwalnych we wszystkich formatach, w dostępnej formie tak długo, jak to możliwe, przy założeniu, że ochrona ma zasadnicze znaczenie dla przetrwania i rozwoju kultury i nauki. Współpraca międzynarodowa ma tu kluczowe znaczenie, każdy kraj zaś musi przyjąć odpowiedzialność za ochronę swoich publikacji;
- IFLA UNIMARC – został utworzony w 2003 roku jako program odpowiedzialny za utrzymanie i rozwój formatu MARC (UNIMARC), pierwotnie stworzonego przez IFLA w celu ułatwienia międzynarodowej wymiany danych bibliograficznych;
- Komisja do spraw Standardów IFLA (Committee on Standards), która koordynuje prace nad normami w ramach i poza IFLA oraz wspiera działania normalizacyjne w jednostkach IFLA, głównie w sekcjach.

Strategia IFLA na lata 2019–2024

Od 2019 roku obowiązuje nowa strategia IFLA przewidziana na lata 2019–2024 (IFLA, 2019). Jest to dokument sygnalizujący główne cele i obszary działań Federacji. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę, że główną troską organizacji, poza zapewnieniem dostępu do bibliotek w krajach rozwijających się, jest to, aby instytucje te stały na straży dystrybuowania społeczeństwu obiektywnych, pozbawionych wpływów politycznych, wolnych od zniekształceń i rzetelnych informacji. Jak można przeczytać na stronie IFLA: „W szybko zmieniającym się świecie dostęp do informacji i umiejętności ich wykorzystywania są źródłem inspiracji, innowacji i wolności. Jeśli jednak chcemy, aby jutro było równie sprawiedliwe, musimy zapewnić każdemu możliwość korzystania z możliwości, jakie niosą ze sobą informacje. Dlatego silne i efektywne biblioteki są ważne dla społeczności, którym służą – naukowców, decydentów, studentów, zwykłych obywateli. W związku z tym IFLA potrzebuje ambitnej strategii – takiej, która łączy i nadaje ramy współpracy” (IFLA, 2020).

Strategia na lata 2019–2024 została zatwierdzona przez Radę Zarządzającą IFLA 12 kwietnia 2019 roku, zaś publicznie zaprezentowano ją na dorocznym kongresie w Atenach w Grecji w sierpniu 2019 roku. Jest to dokument wynikający z wizji organizacji – *IFLA Global Vision*. Prace na tym dokumencie zapoczątkowano w marcu 2017 roku, angażując do dyskusji dziesiątki tysięcy pracowników bibliotek i pracowników informacji z ponad 190 krajów. Wyodrębniono w nim cztery strategiczne kierunki działań:

1. Wzmocnienie głosu bibliotek w globalnej perspektywie.
2. Inspirowanie i ulepszanie praktyki zawodowej.
3. Łączenie się i wspólne wzmacnianie działań.
4. Optymalizowanie funkcjonowania IFLA.

Są to ramy, wokół których wszyscy mogą opracowywać własne działania w celu osiągnięcia wspólnej wizji, która zakłada, że: „Silna i zjednoczona społeczność biblioteczna wzmacnia wykształcone, dobrze poinformowane i uczestniczące społeczeństwa” (IFLA, 2019). Cztery kierunki strategiczne i szesnaście inicjatyw kluczowych mają nadawać kierunek indywidualnym działaniom, które są konieczne, by przekształcać i rozwijać sektor bibliotek. Poniżej przedstawiono obszary kierunków strategicznych, zaś w tabeli 2 treść kluczowych inicjatyw.

Pierwszy kierunek strategiczny IFLA – wzmocnienie głosu bibliotek w globalnej perspektywie

Słuchamy i rozumiemy priorytety całej dziedziny, a także wzmacniamy przesłanie, opowiadając się za bibliotekami i ich wartościami na poziomie globalnym i regionalnym. Mówimy z wnikliwością, pewnością i autorytetem na temat odpowiednich polityk, zapewniając, że biblioteki są rozpoznawane

i wspierane jako krytyczne zasoby społeczności niezbędne do realizacji programów rozwoju. Budujemy silną obecność w międzynarodowych organizacjach i spotkaniach jako ceniony partner.

Drugi kierunek strategiczny IFLA – inspirowanie i ulepszanie praktyki zawodowej

Inspirujemy profesję bibliotekarską poprzez przyszłościowe myślenie i zachęcanie do nowych i obiecujących podejść. Wspieramy rozwój bibliotek dzięki standardom, wytycznym i najlepszym praktykom. Zapewniamy narzędzia i zasoby niezbędne do wzmacniania społeczności, ułatwiania wspólnych działań oraz wspierania innowacyjnych programów. Pracujemy, aby chronić i rozwijać światowe dziedzictwo kulturowe we wszystkich jego różnorodnych formach, w tym w ujęciu tradycyjnym, historycznym, autochtonicznym i współczesnym.

Trzeci kierunek strategiczny IFLA – łączenie się i wspólne wzmacnianie działań

Jesteśmy ośrodkiem dialogu i działania. Jesteśmy siłą napędową połączonego i zharmonizowanego sektora bibliotek, charakteryzującego się prawdziwym duchem współpracy, w którym żaden bibliotekarz nie pozostaje w tyle. Łączymy pasje, zapewniamy platformy współpracy i umożliwiamy innowacje, naukę oraz rozwój zawodowy na wszystkich poziomach. W ten sposób odpowiadamy na obecne wyzwania i możliwości, a także umożliwiamy bibliotekom dostarczanie wysokiej jakości usług, które spełniają potrzeby społeczności, a także wspieramy umiejętność czytania i pisanie, innowacje, ochronę dziedzictwa i dostęp do informacji dla wszystkich użytkowników.

Czwarty kierunek strategiczny IFLA – optymalizowanie funkcjonowania IFLA

Maksymalizujemy naszą zdolność do wypełniania naszych misji w teraźniejszości i w przyszłości. Przygotowujemy się na dalsze działania, opracowując ambitne, ale realistyczne plany trwałej stabilności i zrównoważonego rozwoju. Kluczem do tego są wysiłki na rzecz wzrostu i dywersyfikacji naszego członkostwa, wzmacniania naszej obecności w regionie i aktywnego angażowania członków poprzez skuteczne struktury zawodowe i szeroką gamę możliwości wolontariatu. Zwiększymy naszą widoczność i zapewnimy wydajne, efektywne i innowacyjne usługi oraz wsparcie (IFLA, 2019).

Tabela 2

Kluczowe inicjatywy w ramach strategicznych kierunków IFLA na lata 2019–2024

1. Wzmocnienie głosu bibliotek w globalnej perspektywie		
1.1.	Pokaż siłę bibliotek w osiągnięciu celów zrównoważonego rozwoju	Jako podstawę skutecznego wspierania bibliotek stworzymy wysokiej jakości narzędzia o dużym wpływie, które pokażą odbiorcom zewnętrznym wkład bibliotek w rozwój we wszystkich jego wymiarach
1.2.	Zbuduj silną obecność w międzynarodowych organizacjach i na spotkaniach jako ceniony partner	Będziemy wzmacniać nasze powiązania z kluczowymi instytucjami międzynarodowymi, aby kształtować prawa, wytyczne i programy, które będą korzystne dla bibliotek. Przyjmujemy strategiczne, długoterminowe podejście i zbudujemy naszą reputację jako kluczowego partnera
1.3.	Współpracuj ze stowarzyszeniami bibliotecznymi i bibliotekami, aby zidentyfikować kluczowe kwestie prawne i wyzwania związane z finansowaniem ich pracy i opowiadaj się za działaniami	Ścisłe współpracując z członkami, wzmocnimy nasze zrozumienie i zdolność do wspierania rzecznictwa w priorytetowych obszarach na poziomie krajowym i regionalnym, w tym umiejętności czytania i pisania, uczenia się, innowacji oraz dostępu do wiedzy i dziedzictwa kulturowego. Osiągniemy to poprzez bezpośrednie zaangażowanie, poradnictwo i wysokiej jakości materiały promocyjne
1.4.	Kształtuj opinię publiczną i debatę na temat otwartego dostępu i wartości bibliotecznych, w tym wolności intelektualnej i praw człowieka	Zapewnimy praktyczne i intelektualne przywództwo, aby wspierać otwarty dostęp i szerzenie wartości z obszaru naszej dziedziny. Naszym celem jest ułatwienie zrozumienia roli bibliotek jako orędowników wolności intelektualnej, zachęcanie do refleksji, koordynowanie działań i prowadzenie działań zewnętrznych
2. Inspirowanie i ulepszanie praktyki zawodowej		
2.1.	Twórz, komunikuj i rozpowszechniaj kluczowe zasoby i materiały, które inspirują profesję bibliotekarską	Umocnimy naszą pozycję jako ośrodka autorytatywnych i oryginalnych badań oraz źródeł dotyczących bibliotek i krajobrazu informacyjnego. Udostępnimy aktualne dane, spostrzeżenia i innowacyjne pomysły, które stanowią niezbędną podstawę do myślenia o bibliotekach, a także kluczowe raporty, które katalizują innowacje
2.2.	Regularnie prowadź wysokiej jakości kampanie informacyjne i inne formy komunikacyjne, aby zaangażować i pobudzić do działania biblioteki	Nasza regularna komunikacja sprzyja aktywnym postawom w zawodzie, rzuca wyzwanie obecnym strukturom i zachowaniom oraz daje bibliotekom na całym świecie zrozumienie, entuzjazm i narzędzia do podejmowania działań
2.3.	Opracuj standardy, wytyczne i inne materiały, które najlepiej sprzyjają profesjonalnym praktykom	Jako najbardziej reprezentatywna międzynarodowa organizacja biblioteczna opracujemy standardy, wytyczne i inne dokumenty, które pozwolą wszystkim typom bibliotek na całym świecie doskonalić praktyki i przystosowywać się do zmieniającego się świata, nadszyc za nowymi technologiami i dostosowywać je do oczekiwań użytkowników
2.4.	Zapewnij narzędzia i infrastrukturę wspierającą pracę bibliotek	Będziemy wspierać pracę bibliotekarzy na całym świecie poprzez dobrze zaprojektowane praktyczne narzędzia i platformy w unikalnych obszarach, które przyczynią się do skutecznego świadczenia usług i realizacji misji bibliotecznych

cd. tabeli 2

3. Łączenie się i wspólne wzmocnianie działań		
3.1.	Zapewnij doskonałe możliwości nawiązywania kontaktów twarzą w twarz i uczenia się	Zmaksymalizujemy potencjał bibliotek jako fizycznych miejsc spotkań służących integracji i przełamywaniu barier dzięki współpracy, umożliwiając dostęp do nowych spostrzeżeń i wiedzy oraz promując dzielenie się pomysłami
3.2.	Obsługuj wirtualne sieci i połączenia	Będziemy rozwijać ducha ciągłej współpracy w obszarze działań bibliotek poprzez wirtualne narzędzia sieciowe, które umożliwią każdemu bibliotekarzowi zaangażowanie się w globalną rozmowę
3.3.	Wzmocnij sektor bibliotek na poziomie krajowym i regionalnym	Zwiększymy zdolność sektora bibliotek do realizacji działań dostosowanych do cech i wymagań regionalnych i krajowych poprzez wzmocnienie stowarzyszeń, instytucji i sieci bibliotecznych na wszystkich poziomach
3.4.	Zapewnij ukierunkowaną naukę i rozwój zawodowy	Zapewnimy różnorodne możliwości uczenia się, które zaktualizują obecne praktyki. Stworzymy zdolność do angażowania się i oceny społeczności, uczynimy każdego bibliotekarza adwokatem oraz rozwinimy i połączymy liderów przyszłości
4. Optymalizowanie funkcjonowania IFLA		
4.1.	Wspieraj długoterminową płynność finansową i stabilność organizacji	Będziemy planować przyszłość, opracowując strategię finansowe i opcje długoterminowej stabilności, opierając się na silnym zrozumieniu potencjalnych partnerstw i zdolności do wykorzystywania nowych możliwości
4.2.	Skutecznie zmobilizuj nasze zasoby ludzkie i sieci	Zmaksymalizujemy potencjał wszystkich naszych pracowników i będziemy zachęcać do zmian i innowacji poprzez dynamiczne jednostki i struktury, wysoko wydajny zespół centralny, efektywne biura regionalne, centra językowe oraz atrakcyjne i różnicowane możliwości wolontariatu
4.3.	Zwiększaj, dywersyfikuj i angażuj nasze członkostwo	Umocnimy naszą pozycję jako najbardziej reprezentatywnej organizacji bibliotecznej na świecie poprzez strategię członkostwa, która promuje różnorodność, zaangażowanie i działanie. Jesteśmy rozpoznawalni jako organizacja, która słucha i odpowiada na oczekiwania swoich członków
4.4.	Zwiększ naszą widoczność dzięki doskonałej i innowacyjnej komunikacji	Wzmocnimy naszą markę i zdolność do dostarczania wysokiej jakości, wpływowych i angażujących komunikatów dostosowanych do potrzeb globalnej społeczności bibliotecznej i informacyjnej

Źródło: opracowanie własne na podstawie IFLA (2019b).

Dokument strategii rozsyłany do wszystkich członków IFLA kończy się znaczącym hasłem: „Jesteś kluczem do rozwoju naszej strategii i kluczem do jej sukcesu. Działaj!” (IFLA, 2019b). Słowa te wskazują na silne dążenie IFLA do mocnego angażowania swoich członków w sprawy organizacji. Proces formułowania strategii związany był z konsultacjami, w ramach których każdy członek organizacji miał prawo głosu i był zachęcany do jego wyrażenia. Finalny dokument stanowi owoc tych dyskusji. Widać w nim wyraźnie przewijające się sformułowania, wskazujące, że IFLA wspiera i prowadzi swoich członków, ale to oni stanowią siłę sprawczą tej organizacji. Ponieważ Federacja ma globalny

zasięg działania, musi liczyć na aktywność bibliotekarzy z bibliotek reprezentujących wiele państw, nieraz zupełnie odmiennych pod kątem kulturowym czy społecznym, w tym przedstawicieli bibliotek lokalnych, reprezentantów innych zawodów związanych z książką, a nawet wolontariuszy. Bez ich zaangażowania nie może być mowy o rozwoju usług biblioteczno-informacyjnych, narzędzi pracy, zarządzania czy o realizowaniu projektów.

Bibliografia

- American Library Association (2021). *About ALA*, [online]. Access: www.ala.org/aboutala/1876-0 [10.10.2021].
- Australian Library and Information Association (2021). *About ALIA*, [online]. Access: <https://www.alia.org.au/about-alia> [10.10.2021].
- EBLIDA (2021). *About Eblida*, [online]. Access: <http://www.eblida.org/about-eblida/> [10.10.2021].
- Electronic Information for Libraries (2021). *About*, [online]. Access: <https://www.eifl.net/page/about> [10.10.2021].
- European Theological Libraries (2021). *About us*, [online]. Access: <https://beth.eu/about-us/> [10.10.2021].
- Federacja Bibliotek Kościelnych „Fides” (2021). *Informacje o Federacji Bibliotek Kościelnych „Fides”*, [online]. Dostęp: z <https://www.fides.org.pl/index.php/o-federacji> [10.10.2021].
- IFLA (2019a). *About IFLA*, [online]. Access: <https://www.ifla.org/about> [10.10.2021].
- IFLA (2019b). *IFLA Strategy 2019–2024*, [online]. Access: <https://www.ifla.org/files/assets/hq/gb/strategic-plan/ifla-strategy-2019-2024-en.pdf> [10.10.2021].
- IFLA (2020). *IFLA Annual Report 2019*. Hague: IFLA.
- IFLA (2021a). *IFLA Journal*, [online]. Access: <https://journals.sagepub.com/home/ifla> [10.10.2021].
- IFLA (2021b), [online]. Dostęp: <https://www.ifla.org/> [10.10.2021].
- International Association of School Librarianship (2021). *About IASL*, [online]. Access: <https://iasl-online.org/about/index.html> [10.10.2021].
- LIBER (2021). *About us*, [online]. Access: <https://libereurope.eu/about-us/> [10.10.2021].
- Lietuvos bibliotekininkų draugija (2021). *Apie mus*, [online]. Access: <https://www.lbd.lt/apie-mus/> [10.10.2021].
- Pamuła-Cieślak, Natalia (2019). Rola stowarzyszeń bibliotekarskich w rozwoju bibliotek i społeczeństwa. W: Wojciechowska, Maja (red.), *Zarządzanie biblioteką*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 574–593.
- Polski Związek Bibliotek (2021). *O nas*, [online]. Dostęp: <http://www.polskizwiazekbibliotek.pl/pl/pzb/o-nas> [10.10.2021].
- Polskie Towarzystwo Bibliologiczne. Oddział Wrocławski (2021). *Historia Polskiego Towarzystwa Bibliologicznego*, [online]. Dostęp: <https://ptbwroc.wordpress.com/2015/11/07/55/> [10.10.2021].
- Polskie Towarzystwo Informatyki (2021). *O nas*, [online]. Dostęp: <https://www.ptin.us.edu.pl/WP/pl/o-nas/> [10.10.2021].
- Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich (2021). *O SBP*, [online]. Dostęp: <http://www.sbp.pl/sbp/dzialalnosc> [10.10.2021].
- Wojciechowska, Maja (2014). 80. Kongres IFLA (Lyon, 16–22 sierpnia 2014 r.). *Toruńskie Studia Bibliologiczne*, 2, 252–255.
- Wojciechowska, Maja (2017). Kształtowanie jakości usług bibliotecznych poprzez wsparcie profesjonalnych organizacji bibliotekarskich. Na przykładzie IFLA. W: Wojciechowska, Maja (red.), *Zarządzanie jakością w bibliotece*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 251–260.
- Wojciechowska, Maja (2019). Działalność IFLA na rzecz współpracy międzynarodowej i realizacji projektów międzyinstytucjonalnych. Przykład programu Organizacji Narodów Zjednoczonych: Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. W: Federowicz-Kruszewska, Małgorzata, Cyrklaff-Gorczyca, Magdalena, i Kruszewski, Tomasz (red.). *W świecie bibliologii i informatologii. Księga dedykowana Profesor Bronisławie Woźniczce-Paruzel w 70. rocznicę urodzin*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK, 273–290.

Streszczenie

W artykule przedstawiono największą międzynarodową organizację bibliotekarską – Międzynarodową Federację Stowarzyszeń i Instytucji Bibliotekarskich – IFLA. Skupiono się na jej aktualnej strukturze, tj. na podziale na agendy obowiązującym w 2021 roku, oraz na kierunkach działań strategicznych i kluczowych inicjatywach ujętych w strategii na lata 2019–2024. Ponadto zarysowano rolę programów strategicznych oraz programu publikacyjnego IFLA. Informacje przedstawione w artykule zostały zaczerpnięte z dokumentów IFLA oraz publikacji drukowanych i danych zamieszczonych na stronie internetowej organizacji.

Structure and directions of the IFLA in light of the 2019–2024 strategy

Summary

This paper presents the world's largest library organisation – the International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA) with a particular focus on its current structure, i.e. the 2021 agendas and the strategic activities and key initiatives in the 2019–2024 strategy. The role of the IFLA's strategic programmes and the publications programme is also discussed. The information presented in the paper comes from IFLA documents, printed publications and the Federation's website.

Piotr Małczyński

ORCID: 0000-0002-2488-5515

Institut Nauk o Polityce i Administracji
Wydział Nauk Społecznych
Uniwersytet Zielonogórski

Smakując inność. Pop-etnografia jedzenia w programie podróżniczym *Szokujące potrawy*

Słowa kluczowe: trawelog, program kulinarny, jedzenie, antropologia, egzotyzacja, turystyka

Keywords: travelogue, cuisine programme, food, anthropology, exoticization, tourism

Wstęp

„Nazywam się Jarosław Nowak. Jestem antropologiem” – w ten sposób przedstawia się prowadzący program podróżniczy *Szokujące potrawy* (Travel Channel, TVN). Co więcej, słowa te rozpoczynają każdy odcinek cyklu, aby przekonać widza, że ogląda poczynania eksperta. Jednocześnie deklaracja Jarosława Nowaka sprawia, że staje się on jednym z najbardziej eksponowanych medialnie przedstawicieli antropologii społeczno-kulturowej w Polsce. Jego popkulturowa obecność może zatem w pewien sposób wpływać na postrzeganie tej dyscypliny. Należy zaznaczyć, że Nowak nie jest ani jedynym, ani najbardziej znanym bohaterem filmów podróżniczych, który odwołuje się do antropologicznego autorytetu. Przykładem osobowości medialnej uważanej za antropologa jest Wojciech Cejrowski (Maćkowiak, 2015, s. 226–228; Michoń i Pawlak, 2010, s. 49; Wala, 2010, s. 37). Jednakże Cejrowski nie ma odpowiedniego wykształcenia. Jak zauważa Marcin Florian Gawrycki (2011, s. 36), Cejrowski „uważa się za antropologa kulturowego, choć jego sposób patrzenia na Innego [...] jest wybitnie nieantropologiczny, a dokładniej rzecz ujmując, bardziej pasuje do paradygmatów XIX wieku niż początku XXI”.

Tymczasem Nowak legitymuje się odpowiednim wykształceniem, aby móc przedstawiać się jako antropolog. Ukończył bowiem studia etnologiczne na Uniwersytecie Jagiellońskim¹. Obecnie zajmuje się organizacją wycieczek

¹ Dyplom uzyskał w 2002 roku; <https://etnologia.uj.edu.pl/documents/11497829/18529763/prace-1052.pdf/83bd88e4-5999-486a-9ee6-1bf2413e88ea> [16.11.2020].

turystycznych oraz produkcją programów podróżniczych (ściśle współpracuje m.in. z Martyną Wojciechowską). Można go określić jako początkującego travelbrytę, a więc osobę, „która z podróżowania uczyniła swój zawód i źródło dochodu, a za sprawą przekazywania swoich doświadczeń i opowieści za pomocą środków masowego przekazu, stała się osobistością znaną i podziwianą ze względu na swoje wyprawy” (Koturbasz, 2009, s. 121).

Nowak mocno podkreśla swoje antropologiczne wykształcenie, co uwidacznia się w sposobie, w jaki mówi o sobie w mediach. W prowadzonym przez niego programie telewizyjnym pojawiają się elementy refleksji antropologicznej, choć niewątpliwie sam sposób prezentacji Innych pozostaje daleki od standardów współczesnej antropologii akademickiej. Celem niniejszego artykułu jest analiza dyskursu podróżniczego ze szczególnym uwzględnieniem roli pozaakademickiego antropologa jako współtwórcy treści kultury popularnej. Tekst stanowi próbę wiwisekcji obecności przedstawiciela antropologii społeczno-kulturowej w mediach i jej wpływu na medialną reprezentację różnorodności kulturowej.

Jedzenie jako metonimia kultury

Skoro „prawdziwe podróżowanie jest aktem zdobywania i docierania do miejsc, w których nikt wcześniej nie był i których nikt wcześniej nie widział” (Gawrycki, 2011, s. 46), cóż uczynić ma podróżnik żyjący w świecie, w którym już prawie nie ma „białych plam na mapie”? Jak zauważa Anna Wiczorkiewicz (2008, s. 200): „Jeśli nie byłoby niczego do odkrycia, podróże utraciłyby część swego magicznego uroku. Na szczęście tereny penetracji dają się poszerzać. Każdy obszar można ujrzyć w jakiś inny sposób”. Dlatego też programy podróżnicze sugerują, że nadal pozostaje wiele do odkrycia (Wiczorkiewicz, 2008, s. 199). Ich twórcy poszukują nowych form reporterskich, dzięki którym podróże nawet w znane już – także z innych filmów podróżniczych – miejsca jawić się będą jako odkrywcze (Żyrek-Horodyska, 2019, s. 93–94).

Jarosław Nowak również przyjął strategię, która ma pozwolić na (ponowne) odkrywanie (znanego już) świata. Jest nią prezentowanie konkretnych miejsc przez pryzmat lokalnej kuchni. Przykładowo, akcja pierwszego odcinka *Szokujących potraw* rozgrywa się w peruwiańskim mieście Iquitos, które wcześniej gościło już w programie *Boso przez świat*. Zarówno Cejrowski, jak i Nowak podkreślają niedostępność miasta położonego w Amazonii (przekonują, że można się tam dostać jedynie drogą wodną lub lotniczą). W ten sposób obaj podróżnicy zaznaczają niezwykłość swojej wyprawy: wskazują, że trafili do miejsca „niemal odciętego od świata” (choć turystów takich jak oni mogło być wielu). Jednakże pomimo wspólnych elementów obie relacje się różnią. Podczas gdy Cejrowski prezentuje Iquitos jako wolnorynkową Arkadię, gdzie rzekomo nie obowiązują niemal żadne przepisy prawa (Gawrycki, 2011, s. 138–139), Nowak skupia się na miejscowej kuchni, przez pryzmat której ukazuje relacje miejscowej ludności z amazońską przyrodą. Co ciekawe, poszczególne sceny *Szokujących potraw* przeczą interpretacji prowadzącego *Boso przez świat*.

W programie Nowaka widzimy chociażby, jak peruwiańska policja walczy z procederem handlu zagrożonymi gatunkami zwierząt. Obraz ten kłóci się z wizją libertariańskiej utopii, o której fantazjuje Cejrowski. W kolejnych pięciu odcinkach pierwszego sezonu Nowak podróżuje po Singapurze, Wietnamie, Kambodży, Kazachstanie i Gruzji. W każdym z nich podróżnik rozmawia o jedzeniu, konsumuje, nabywa żywność, przygląda się gotowaniu bądź osobiście bierze udział w przygotowywaniu posiłków.

Jedzenie stanowi częsty motyw programów podróżniczych. W końcu „próbowanie lokalnych potraw to nieodłączny element zwiedzania” (Wieczorkiewicz, 2008, s. 278). Jak zauważa Wieczorkiewicz (2008, s. 316): „Wierzymy [...], że jedzenie tego, co jedzą tubylcy pozwoli poznać ich kulturę w sposób bezpośredni. Z każdym kęsem bardziej czujemy smak owej kultury, z każdą nową potrawą nasze doświadczenie staje się bogatsze – i nie da się zakwestionować jego autentyczności”. Protagonisci filmów podróżniczych wyręczają widzów zarówno w wyjazdach w odległe miejsca, jak i w konsumowaniu lokalnego jadła. Spożywając tubylcze potrawy, podróżnicy podglądają Innych. Swoje wrażenia i obserwacje przekazują widowni przed ekranem (Gawrycki, 2011, s. 171–174). „W tym ujęciu tak zwane »autentyczne« czy »oryginalne« lokalne jedzenie staje się środkiem nawiązywania specyficznego kontaktu ze światem innych ludzi” (Wieczorkiewicz, 2008, s. 318). W programach podróżniczych jedzenie rozumiane jest jako uniwersalny język, w którym nie potrzeba słów, aby zaistniała elementarna więź międzyludzka. „Wizję porozumienia przekraczającego bariery kultur i języków tworzy się za pomocą takich obrazów jak ofiarowanie i przyjmowanie jedzenia, zapraszania do stołu, próbowanie przez przybysza tego, czym żywią się tubylcy, poszukiwanie potraw »nie dla turystów«” (Wieczorkiewicz, 2008, s. 274). Program *Szokujące potrawy* obfituje w tego typu sceny. W jednym z odcinków Nowak w następujący sposób komentuje wspólne gotowanie z lokalną restauratorką: „Właściwie nie musimy znać swoich języków. Ona mówi po khmersku, ja mówię po polsku, ale atmosfera jest tak przyjazna, miła, sympatyczna, że gotowanie łączy” (odc. 4).

W programie *Szokujące potrawy* jedzenie potraktowane jest jako synekdocha danej kultury. Nowak snuje opowieści o kuchni, a więc wycinku holistycznie rozumianej kultury, lecz zarazem opowiada o kulturowej całości. Poprzez zgłębianie kulinariów Nowak realizuje cel poznawania różnych kultur. Sceny nabywania produktów żywnościowych, przygotowywania posiłków oraz ich spożywania dominują nad innymi obrazami, które pojawiają się w serialu. Jednakże *Szokujące potrawy* znacząco różnią się od większości programów kulinarnych, w których prezentuje się przygotowywanie jedzenia. Przykładowo Robert Makłowicz gotuje na oczach widzów (w sposób skrótowy, dostosowany do wymogów telewizji), a na ekranie wyświetlane są przepisy. Bohater programów *Podróże kulinarne Roberta Makłowicza* czy *Makłowicz w podróży* zachęca do smakowego podróżowania bez wychodzenia z domu. Przepisy stanowią zaś obietnicę dotknięcia kuchni Innego, poznania jego kulinarnych tajemnic, niezależnie, czy widz podejmie wyzwanie i przyrządzi prezentowaną potrawę czy też poprzestanie na zapoznaniu się z recepturą (Gawrycki, 2011, s. 172–173).

Tymczasem Nowak nie podaje widzowi żadnych przepisów, a prezentacja procesu przygotowania poszczególnych dań nie ma charakteru instruktażowego. Nie sugeruje więc, że ukazywane potrawy można przygotować samodzielnie w domu. Celem trawelogu Nowaka nie jest bowiem poinstruowanie (polskiego) widza, w jaki sposób należy przygotowywać „egzotyczne potrawy”, lecz zadziwienie i zszokowanie go.

Kulinarny szok kulturowy

Nowak mówi wprost o tematyce *Szokujących potraw*: „W tym programie pokażę wam szokujące i dziwne jedzenie”. Słowa te padają na początku poszczególnych odcinków, już na wstępie sugerując, że ukazywane pożywienie wzbudza określone odczucia. Zgodnie z proponowaną interpretacją filmowane dania należy uznać nie tylko za „egzotyczne”, ale także – słowami Nowaka – za „dziwne”, „szokujące”, „hardkorowe” czy „ekstremalne”.

Sensacyjny przekaz serialu wzmocniony jest jego formą. Niektórym scenom towarzyszy muzyka, która wprowadza atmosferę niepokoju, a nawet grozy. Podczas przerywników widzimy niebo rozświetlone błyskawicą. Prowadzący program podkreśla pewne elementy swojej podróży, które sprawiają, że jawi się ona niebezpieczna. Na przykład podczas pobytu w Gruzji Nowak zostaje chwilowo zatrzymany przez policję z powodu transportowania niedozwolonych leków, co komentuje, mówiąc: „Złapali mnie, no niestety. Chyba policja mnie zamknie na jeden lub dwa dni. Zobaczmy, co będzie dalej” (odc. 6). Następnie jedzie samochodem przez góry w trakcie ulewy. Tak opisuje warunki podróży: „Jedziemy do Uszguli. Jest to niewielka tradycyjna wioska gruzińska w górach. Leje jak z cebra, pełno osuwisk, rzeka wzbiera. Jest bardzo niebezpiecznie” (odc. 6). W poszczególnych odcinkach pojawiają się groźne zwierzęta, m.in. sępy, piranie, krokodyle, tarantule, nietoperze czy „psy jak niedźwiedzie”. Nowak może uchodzić wręcz za ucieleśnienie krążącego w środowisku etnologicznym powiedzenia, wedle którego „etnolog niczego się nie brzydzi”. Świadczą o tym nie tylko sceny jedzenia – w jednym z odcinków podróżnik używa golarki po tym, jak wyłowił ją z muszli klozetowej (gdzie wpadła podczas golenia).

W ten sposób kreowany jest wizerunek dzielnego podróżnika, który wiele ryzykuje, udając się do *orbis exterior*. Poszczególnym scenom towarzyszy sugestia, że jedzenie, które wywodzi się z tak niebezpiecznej przestrzeni, również musi być naznaczone pewną dozą niebezpieczeństwa. Zdaniem Gawryckiego (2011, s. 45): „Telewizowie w kapturach przed telewizorami w większości marzą o dalekich, egzotycznych i tajemniczych podróżach, w większości zresztą tych marzeń nie zrealizują”. Według niego na przeszkodzie stają nie tylko ograniczenia finansowe, lecz także liczne obawy, które zniechęcają do podjęcia wyzwania. Obawy te mogą dotyczyć m.in. tubylczego jedzenia: turystyczne podniebienia nie zawsze są na nie gotowe (Gawrycki, 2011, s. 172). Jak już wspomniano, podróżnicy zwiedzają i próbują za nas. Dlatego też widzowie podziwiają podróżników, którzy

zdobyli się na odwagę, by skosztować „egzotycznych przysmaków”, zwłaszcza tych budzących kontrowersje (Gawrycki, 2011, s. 183).

Kulinarne przygody Nowaka również mogą wzbudzać podziw. Podróżnik wielokrotnie cierpi podczas jedzenia: odczuwa nieprzyjemną woń, zaznaje piekącego bólu, doświadcza obrzydzenia i wstrętu, zbiera mu się na wymioty lub wypluwa kęsy z niesmakiem (Nowak szczegółowo opisuje swoje kulinarne doznania, za każdym razem dokładnie relacjonując swoje smakowe i węchowe wrażenia). Niekiedy nawet – jak twierdzi – ryzykuje zdrowiem. Tak było w przypadku zupy z baraniego mózgu, którą podano mu w Singapurze. Zdaniem podróżnika zjedzenie tego dania wiąże się z ryzykiem chorób układu nerwowego. Dlatego też – co zdarzyło się pierwszy i ostatni raz w programie – nie próbuje potrawy, którą mu zaserwowano. Co ciekawe, podróżnik, pomimo swych obaw, daje się namówić na zjedzenie mózgu, gdy przebywa w Kazachstanie. Czyni to jednak pod presją, nie chcąc urazić miejscowych, którzy go goszczą. Innym razem Nowak ryzykuje, jedząc orzech *Pangium edule*, który zawiera kwas pruski. Jednakże chcąc zminimalizować ryzyko zatrucia, nie spożywa go na singapurskim bazarze, lecz udaje się do luksusowej restauracji, gdzie – jak zakłada – kucharze umiejętnie obejdą się z trującym orzechem.

Czym szokować ma jedzenie, które ukazywane jest w trawelogu Nowaka? Większość tytułowych „szokujących potraw” to dania mięsne lub odzwierzęce. Twórcy programu skorzystali zatem z jednej z głównych przynęt dyskursu podróżniczego, mianowicie przemocy (Rybicka, 2010, s. 130). W omawianym serialu pojawiają się (zazwyczaj niedosłowne) sceny zabijania zwierząt oraz przygotowywania mięsa. Widz obserwuje zwierzęta tuż przed śmiercią i zaraz po niej. Patrzy na krew i świeże zwłoki. Już samo żywienie się kosztem zwierząt wzbudza pewne kontrowersje (zwłaszcza wśród wegan i wegetarian), choć zarazem pozostaje praktyką dość powszechną. Większość mieszkańców Polski nie obserwuje procesu wytwarzania mięsa, co wynika z podziału pracy. Mięsożercy otrzymują zazwyczaj gotowy produkt, osobiście nie uczestnicząc w uśmiercaniu zwierząt. Konsument nabywa mięso, które nierzadko nawet nie przypomina konkretnych części ciała. Co więcej: „W języku polskim istnieje cała grupa słów służąca do ZAKRYCIA związku między żywymi istotami zabijanymi w celach konsumpcyjnych a końcowym produktem. Nie zjadamy mięśni wołu, świni czy cielęcica tylko *wołowinę*, *wieprzowinę* i *cielęcinę*” (Haładewicz, 1994, s. 153; wyróżnienia w oryginale). Dlatego też pokazanie cierpienia zwierząt może okazać się szokujące. Jak przekonuje Dean MacCannell (2002, s. 113), zabijanie zwierząt bywa atrakcją turystyczną, w której można „dopatrzeć się najważniejszych opozycji zachodniej świadomości: życia i śmierci, człowieka i natury”. Jego zdaniem:

Częściowo prerażenie, jakie budzi rzeźnia, jest pochodną powrotu do natury, który oznacza zabijanie. Zabijając, człowiek naśladuje dzikie zwierzęta, i to nie w jednym z ich zachowań społecznych, jak taniec pszczół czy rozmowy delfinów. Przeciwnie, odtwarza jeden z najbardziej typowo zwierzęcych związków: związek drapieżnika i jego ofiary (MacCannell, 2002, s. 113).

Konwencja programu podróżniczego pozwala na zilustrowanie ludzkiego drapieżnictwa, które, choć występuje w Europie, rzadko rzuca się w oczy. Jednakże w *Szokujących potrawach* to Inni zostali sportretowani jako sprawcy aktów przemocy wobec zwierząt.

Kolejnym motywem, który ma szokować widza, jest łamanie tabu pokarmowego. Nowakowi serwowane są potrawy przyrządzone z gatunków, które w Europie uchodzą za niejadalne. Członkowie społeczności Bora częstują podróżnika daniem z małpy, która przypomina wyglądem ludzkie dziecko. Ma bowiem podobne do dziecięcych rączki i główkę. Nowak porównuje posiłek z mieszkańcami Amazonii do kanibalistycznej uczty. W Siêm Réab w Kambodży kulinarnym wyzwaniem staje się mięso psa, a więc zwierzęcia, które na Zachodzie cieszy się szczególną pozycją domowego pupila. Natomiast w Kazachstanie Nowak zajada się koniną. Mięso z konia ukazane jest wśród innych „szokujących potraw”, choć konina bywa częścią jadłospisu mieszkańców Polski (co zauważa zresztą sam prowadzący). Twórcy programu zapewne przyjęli założenie, że widz uzna wyżej wymienione gatunki zwierząt za „zbyt bliskie” człowiekowi, aby łądowały na talerzu. Z kolei celem scen, w których Nowak je dania z owadów, pajaków, węży, żab, skorpionów, ślimaków, nietoperzy czy szcurków, wydaje się wywołanie obrzydzenia. Z obrzydzeniem wiążą się również inne „nieczyste” potrawy, jak niedoczyszczone kiszki, ptasie embriony czy sfermentowane ryby. Wprowadzając do swego wnętrza jedzenie, które uchodzi za „brudne”, podróżnik stara się „zbratać z tubylcami”, choć zarazem okazuje oznaki wstrętu, wyrażając opór wobec naruszenia kulturowego ładu i próbę zachowania tożsamości (Wieczorkiewicz, 2008, s. 314).

Obraz Innego

Seriale podróżnicze nawiązują do kina etnograficznego. Ich celem jest bowiem nie tylko zobrazowanie Innych, ale także tłumaczenie meandrów odmiennych kultur. Jednakże trawelebrycy zazwyczaj nie odwołują się do wiedzy naukowej, lecz do potocznego przekładu (Buba-Braun, 2012, s. 28). Narratorzy programów podróżniczych „przekładają różne elementy egzotyki na język zachodniej codzienności” (Wieczorkiewicz, 2008, s. 206). Kwintesencją telewizyjnej racjonalności potocznej są programy Cejrowskiego, który wszelkie zjawiska prezentuje „w sposób praktyczny – jako naturalne, zawierające oczywiste prawdy, oparte na zdroworozsądkowej mądrości i dostępne, czyli zrozumiałe dla wszystkich” (Kisielewska, 2017, s. 182).

Jak już wspomniano, Nowak szczegółowo opisuje swoje doznania smakowe. Częstokroć dokonuje przy tym swoistej „translacji” – odczucia cielesne przekłada nie tylko na słowa, lecz wprowadza również porównania, które nawiązują do znanego widzowi kontekstu kulinarno-kulturowego. Przykładowo mówi, że jaja żółwi są „jak nasze jajka, tylko takie bardziej galaretowate” (odc. 1), a smak jelenich jąder przypomina „smak galarety, takiej polskiej galarety wieprzowej, tylko gorącej” (odc. 2). Opisując produkty mięsne, podróżnik porównuje je do

powszechnie spożywanych w Europie drobiu, wieprzowiny, cielęciny czy wołowiny. Co więcej, częstokroć posługuje się wyrażeniami deiktycznymi, m.in. „nasze łapki z kurczaka”, „normalne nasze jajo”, „nasz polski miód”, „nasza polska suszona ryba”, „znane nam mięsko”, „jak gulasz polski”, „taka cielęcina nasza”, „nasza różowa świnka”, „nasza kaszanka”, które wskazują na domniemanego odbiorcę komunikatu – widza z Polski.

Nowak próbuje również wyjaśnić kulturowe odmienności. Mianowicie stara się odpowiedzieć na pytanie: dlaczego ludzie jedzą potrawy, które na Zachodzie mogą uchodzić za szokujące? W programie przytaczane są racjonalizujące wyjaśnienia. Po pierwsze wiele z prezentowanych dań ma rzekomo właściwości prozdrowotne. Występujące w serialu postacie przekonują, że żółw zapewnia długowieczność, larwy suri (*Rhynchophorus palmarum*) leczą drogi oddechowe, penis jelenia wzmacnia potencję, serce węża dodaje wigoru, konina pozwala na szybką regenerację, krokodyl i rekin zawierają kolagen itd.

Po drugie Nowak twierdzi, że jedzenie pewnych gatunków zwierząt, które w innych okolicznościach najprawdopodobniej pozostałoby niepopularne, wynika wprost z ciężkich uwarunkowań ekonomicznych i/lub ekologicznych. W ten sposób podróżnik wyjaśnia popularność mięsa szczurów, pajaków, psów, węży czy nietoperzy w Indochinach. Jego zdaniem gatunki te stały się cennym źródłem białka w warunkach niedoboru protein. „Khmerowie w czasach reżimu i wielkiego głodu nauczyli się łapać i jeść najróżniejsze zwierzęta” – mówi w jednym z odcinków (odc. 4). Z kolei obecność tłustych mięsnych potraw w diecie Kazachów Nowak tłumaczy dostosowaniem się do życia w warunkach stepowych.

Po trzecie Nowak odwołuje się do abstrakcyjnych pojęć, takich jak „zwyczaj”, „tradycja” czy „kultura”. Terminy te przynależą do słownictwa nauk o kulturze; zarazem są powszechne w mowie potocznej. Nowak nie wikła się w definiowanie tych pojęć (konwencja programu nie pozostawia mu na to wiele miejsca). Stosuje je, jakby były zrozumiałe same przez się. W świetle niektórych jego wypowiedzi obecność „szokujących potraw” w lokalnym jadłospisie wynika po prostu z „odwiecznej tradycji”, „dawnych zwyczajów” lub „kulturowej specyfiki”.

Interpretacje podróżnika nie zawsze wydają się spójne. Przykładowo na początku trzeciego odcinka Nowak pokazuje świątynię Bajon w Angkor Thom – dawnej stolicy Imperium Khmerów. Oglądanie świątynnych rzeźb z XII wieku staje się pretekstem do snucia opowieści na temat wielowiekowych tradycji kulinarnych. Następnie widzimy scenę gotowania, w której smak potrawy polepszany jest glutaminianem sodu. W tym samym odcinku słyszymy o radykalnej zmianie praktyk kulinarnych, jaka miała miejsce za czasów reżimu Pol Pota. Na końcu filmu podróżnik podsumowuje: „Od lat 70. Khmerowie jedzą szokujące jedzenie. Dla nas, dla Europejczyków szokujące jedzenie. Dla nich jest to normalne. Nietoperze i inne niesamowite rzeczy. Taka jest Kambodża dzisiaj. Nie zmienia się za bardzo” (odc. 3).

Programy podróżnicze raczej nieczęsto ukazują dokładne informacje na temat miejscowych warunków ekonomicznych. „Czasem dokonuje się przeliczeń, podając cenę w lokalnej walucie, uzupełnioną informacją o tym, że w przeliczeniu na dolary jest to suma śmiesznie mała” (Wieczorkiewicz, 2008, s. 208).

Nowak również podaje ceny produktów żywnościowych, po czym przelicza je na złotówki. Przytoczenie cen zarazem nie prowadzi jednak do zarysowania obrazu warunków ekonomicznych, w jakich żyją prezentowani ludzie. W programie brakuje szerszego kontekstu ekonomicznego, do którego można odnieść ceny prezentowanej żywności. Oglądając poszczególne odcinki, nie dowiemy się, ile wynoszą chociażby lokalne zarobki (taka informacja pada tylko raz), choć niekiedy bywa mowa o panującej biedzie. Czy informacje na temat cen mają służyć turystom, którzy wykażą się odwagą i podążą śladem telewizyjnego podróżnika, aby spróbować „szokujących potraw”? Bardziej prawdopodobne wydaje się, że ceny przytaczane są po to, aby kolejny raz zadziwić widownię, tym razem „niskim” bądź „wysokim” kosztem „egzotycznych” rarytasów.

Relacje płciowe stanowią tematykę dość chętnie poruszaną w serialach podróżniczych. W *Szokujących potrawach* zagadnienie płci prezentowane jest przede wszystkim w kontekście zaopatrzenia w żywność oraz przygotowywania posiłków. Niektóre sceny ukazują wyraźny podział ról płciowych: mężczyźni polują na zwierzynę lub zabijają zwierzęta hodowlane, kobiety zaś zajmują się przyrządzaniem mięsa. Przykładowo wódz społeczności Bora opowiada Nowakowi o byciu myśliwym. Jego zdaniem jest to niezwykle istotna, niebezpieczna, a zarazem prawdziwie męska funkcja. Z kolei starsze kobiety niejednokrotnie pojawiają się w roli osób, które najlepiej znają tajniki lokalnej kuchni – to im powierzano przygotowanie tradycyjnego posiłku. Prezentacja zajęć „męskich” i „żeńskich” nie jest jednak jednostronna i nie podlega wartościowaniu ze strony prowadzącego program. Wspomniane opowieści o dzielnych myśliwych kontrastują z obrazem mężczyzn, którzy wycieczką na targowisku, podczas gdy kobiety zajmują się pracą. Bywa, że Nowak angażuje się w zajęcia lokalnej ludności. Chętniej wybiera czynności, które uchodzą za męskie, lecz nie zawsze sobie z nimi radzi. Jednocześnie podróżnik nie stroni od uczestnictwa w pracach, które wykonują kobiety. Ponadto, zdarza się, że konkretne dania zostały ukazane jako „upłciowione”. Przykładowo w odcinku, którego akcja dzieje się w Wietnamie, czernina przedstawiona jest jako „męska”, zaś ślimaki – jako „damska” potrawa.

Co ciekawe, program *Szokujące potrawy* nie ukazuje lokalnych społeczności wyłącznie w sposób sugerujący ich homogeniczność. Nowak niejednokrotnie podkreśla złożoność tradycji i praktyk kulinarnych, choć zarazem nie stroni od przymiotników wywodzących się od nazw narodów, a czasem ucieka się do generalizacji, np. „siadamy przy niskim stole tak, jak w każdym domu w Kazachstanie”; „Kazachowie uwielbiają produkty mleczne i przetwarzają je na wszystkie możliwe sposoby” (odc. 5); „Wszędzie w Gruzji ten ser podają” (odc. 6). Niemniej poszczególne sceny burzą obraz jednorodnych kultur. Zwłaszcza podczas swojego pobytu w Singapurze podróżnik wyraźnie akcentował wielokulturowość miasta-państwa, która przekładać się ma na różnorodność krajobrazu kulinarnego. Ponadto, wiele scen serialu obrazuje heterogeniczność praktyk żywieniowych. Bywa, że potrawy, które pozornie sprawiają wrażenie „typowych” i „reprezentatywnych” dla danej społeczności, okazują się ograniczone do pewnej niszy. Nowak zauważa choćby, że popularność psiego mięsa

w Kambodży i Wietnamie wyraźnie spada. Natomiast jego przewodnik podkreśla, że danie z węża jest czymś niecodziennym nawet dla samych Wietnamczyków. Podróżnik napotyka przedstawicieli lokalnych społeczności, którzy nie raczą się „miejscowymi specjałami”, np. kobietę z Kazachstanu, która nigdy nie jadła wielbłądziego mięsa, czy mieszkankę Singapuru, która nie zamierzała tknąć potrawy z żaby. Z rozmów między podróżnikiem a lokalnymi mieszkańcami wynika, że recepcja określonych potraw może różnić się ze względu na przynależność pokoleniową (osoby starsze jawią się jako te, które chętniej sięgają po „dziwne” jedzenie).

Zdaniem Gawryckiego (2011, s. 189): „Widz wymaga od trawelebrytów, żeby ci odnaleźli »autentycznego« Innego, nie chce jednocześnie specjalnie słuchać o tym, że owa inność nieraz może mieć marginalne znaczenie i być może aż tak bardzo nie różni się od siebie”. Dlatego twórcy programów podróżniczych pokazują takie aspekty odwiedzanego miejsca, które wydają się atrakcyjne dzięki swej „odmienności” (Buba-Braun, 2012, s. 28). Cechą tego typu produkcji jest to, że „uwaga kamery koncentruje się przede wszystkim na tym, co dzieli »nasze« od »obcego«, natomiast elementy wspólne są bardziej lub mniej dyskretnie pomijane” (Buba-Braun, 2012, s. 23). Nie inaczej postępują twórcy *Szokujących potraw*. W programie ukazywane są bowiem tylko te pozycje z lokalnego menu, które potencjalnie mogą zdziwić lub wręcz zszokować widza. Codzienna, lokalna strawa, która nie budzi tak skrajnych emocji zachodniego widza, zostaje częstokroć pominięta przez realizatorów serialu. Zabieg ten sprawia, że synekdochą prezentowanych kultur stają się jadłospisy skrócone do „ekstremalnych potraw”. Zdaniem George’a Lakoffa i Marka Johnsona (2010, s. 68) wybór metonimii „uzależniony jest od tego, na czym skupiamy szczególną uwagę”. Jako przykład podają wyrażenie „mądre głowy”, które odnosi się do „inteligentnych ludzi”. Ich zdaniem: „Nie chodzi tu jedynie o to, aby używać części (głowa) w zamian za całość (osoba), lecz o to, aby wybrać szczególną właściwość tej osoby, a mianowicie inteligencję, którą kojarzy się z głową” (Lakoff i Johnson, 2010, s. 68).

Dobór kulinarnych metonimii w programie *Szokujące potrawy* niewątpliwie wpływa na sposób, w jaki zaprezentowano Innych. Poprzez ukazywanie „egzotycznego” jedzenia dochodzi do wskazania na odmienność obrazowanych ludzi. Natomiast wybór potraw, które uchodzą za „dziwne”, „hardkorowe” czy „ekstremalne”, prowadzi do podkreślenia różnicy. Inni widziani przez pryzmat „szokujących potraw” jawią się równie „szokujący” jak to, co jedzą. Przykładowo sceny zabijania zwierząt i przygotowywania mięsa mogą sugerować okrucieństwo prezentowanych społeczności. Z kolei zobrazowanie łamania pokarmowego tabu stanowi rzekomy dowód na „barbarzyństwo” czy „dzikość” Innych. „Czystość” i „nieczystość” pokarmów bywa wykorzystywana w konstruowaniu społecznych różnic oraz hierarchii (Kleśta-Nawrocka i Kleśta-Nawrocki, 2016, s. 66). Serialowe sceny jedzenia, które ukazują konsumpcję „nieczystego” pokarmu, stanowią niejako pokusę, aby skonstruować zarówno wyobrażenie na temat różnicy między „nami” a „nimi”, jak i przekonanie o „niższości” Innych.

„Serial podróżniczy przedstawia nie tylko dany wycinek rzeczywistości, ale także pewną wizję świata i zawartą w niej interpretację samego autora”

(Buba-Braun, 2012, s. 29). Przykładowo Martyna Wojciechowska interpretuje świat z perspektywy europocentrycznego feminizmu (Gawrycki, 2011, s. 42, 72, 98–99), Wojciech Cejrowski zaś wykorzystuje konwencję trawelogu w celu głoszenia swoich konserwatywno-liberalnych przekonań (Gawrycki, 2011, s. 136–139). Istotnym elementem przekazu *Szokujących potraw* jest relatywizm kulturowy. Przymuszczenie Nowak przyswoił koncepcję relatywizmu kulturowego w trakcie studiów etnologicznych, a następnie nawiązuje do niej, realizując program podróżniczy. W swojej narracji podróżnik otwarcie odwołuje się do postawy relatywistycznej. Co więcej, stara się przekonać widzów do relatywistycznego spojrzenia na odmienność. Z ust Nowaka padają następujące sformułowania: „Pamiętajcie, żeby nie oceniać ich przez pryzmat tego, co jedzą. To jest ich tradycja, ich kultura, a my powinniśmy to uszanować” (odc. 1); „Ale nie możemy oceniać przez pryzmat tego, czego nie znamy. Jest to po prostu ich kultura, ich tradycja. Musimy to zrozumieć i posmakować” (odc. 2); „I pamiętajcie, żeby nie oceniać ich przez pryzmat tego, co jedzą. To jest ich tradycja, ich kultura, a my powinniśmy to uszanować” (odc. 2); „Ale pamiętajmy, nie oceniamy ludzi przez pryzmat tego co jedzą, bo to jest ich kultura i ich tradycja” (odc. 3); „Ale pamiętajmy, nie oceniamy ludzi przez pryzmat tego, co jedzą, bo to jest ich kultura i ich tradycja. A robią to od zawsze, od stuleci” (odc. 4); „Świat pełen jest odmienności kulturowych i odmienności kulinarnych. Powinniśmy być gotowi na zrozumienie tego i na zaakceptowanie tego, że każdy jest inny. Że nie jesteśmy tacy sami” (odc. 5). Relatywizm Nowaka wyraźnie kontrastuje z poglądami najbardziej znanych trawelebrytów.

Elementem relatywizmu kulturowego jest również pewien zabieg, dzięki któremu wskazano arbitralność tego, co szokuje. Zabieg ten polega na zaprezentowaniu kilku wypowiedzi: filmowane osoby odpowiadają na pytanie o potrawy, których nigdy by nie zjadły. W scenach tych Inni, których program portretuje przede wszystkim jako zjadaczy „szokujących potraw”, mówią o tym, co ich szokuje czy też dziwi. Widz może więc usłyszeć, jak mężczyzna ze społeczności Bora wzdyga się na myśl o sushi, gruziński myśliwy z obrzydzeniem wyraża się o krewetkach, kazachski rzeźnik z rezerwą mówi o wieprzowinie, zaś singapurska restauratorka z niesmakiem wskazuje na koninę. Wypowiedzi tego typu delikatnie podpowiadają widzowi, że w jego menu znajdują się dania, które (w innym kontekście kulturowym) mogą uchodzić za „egzotyczne”, „szokujące”, „ekstremalne” itp. Nowak próbuje naprowadzić widza na ten sposób myślenia: „Niesamowite jest to, że jak byłem mały, znajdował się obok mojego domu sklep z koniną i to było dla mnie normalne. Dla pani, która sprzedaje tu żółwie i krokodyle, konina jest czymś obrzydliwym i nigdy w życiu by tego nie zjadła. Ekstremalne potrawy dla osób z krańców świata mogą być kompletnie różne i kompletnie inne” (odc. 2).

W świetle interpretacji Nowaka Inni jawią się jako ludzie wierni lokalnym tradycjom, a zarazem potrafiący dostosować się do zmiennych warunków; skorzy do wiary w magię, a jednocześnie racjonalni. Czy widzowie podążą za sposobem myślenia podróżnika? Czy zawierzą jego wyjaśnieniom kulinarno-kulturowej różnorodności? Czy zaakceptują jego relatywistyczne przesłanie? Zagadnienie

repcji wykracza poza ramy niniejszego tekstu, niemniej warto pokrótce rozważyć hipotetyczne sposoby odbioru treści ukazanych w programie *Szokujące potrawy*. Istnieje bowiem możliwość, że poszczególne sceny trawelogu zostaną zrozumiane w oderwaniu od interpretacji Nowaka. Jak już wspomniano, Inni widziani przez pryzmat „szokującego jedzenia” mogą jawić się „dziwni”, „okrutni”, „barbarzyńscy” czy „dzicy”. Nietrudno wyobrazić sobie widza, który zamiast przywiązania do tradycji, ludowej wiedzy medycznej czy racjonalnego dostosowania się do warunków środowiska czy gospodarki – jak chce Nowak – zobaczy odpowiednio zacofanie, zabobon czy bezmyślne dręczenie istot żywych. Ryzyko opacznego odczytania przekazu *Szokujących potraw* wiąże się bezpośrednio z sensacyjną tematyką programu. Z kolei antropologiczny autorytet prowadzącego pełni funkcję swego rodzaju zabezpieczenia przed etnocentryczną krytyką ukazanych w programie ludzi.

Podsumowanie

Pod wieloma względami *Szokujące potrawy* przypominają inne programy podróżnicze. Podobnie jak pozostałe produkcje tego typu serial koncentruje się przede wszystkim na tym, co dzieli „nas” od „obcych”, skupia na tych aspektach odwiedzanego miejsca, które wydają się atrakcyjne dzięki swej „odmienności”. Nadrzędnym celem programów podróżniczych jest bowiem zapewnienie widzom rozrywki, a twórcy *Szokujących potraw* osiągają ten cel dzięki prezentacji jedzenia, które z założenia ma szokować widownię. Tym, co wyróżnia program *Szokujące potrawy* od innych produkcji gatunku, okazuje się relatywistyczne przesłanie, które kontrastuje z etnocentrycznym przekazem większości telewizyjnych trawelogów. Prawdopodobnie jest to zasługa prowadzącego program – Jarosława Nowaka, który (jako antropolog) zinternalizował koncepcję relatywizmu kulturowego, a następnie zastosował ją w swej narracji podróżniczej.

Nowak przekonuje widzów, że nawet najbardziej „odmienne”, „dziwne” czy „szokujące” praktyki kulinarne wymagają zrozumienia, zaś ludziom, którzy w nich partycypują, należy okazać szacunek. Podróżnik sprzeciwia się (etnocentrycznemu) ocenianiu Innych przez pryzmat tego, co jedzą. Co więcej, jego relatywistyczna postawa nie odnosi się wyłącznie do „egzotycznej kuchni”, lecz także do odmiennych stylów życia. Program *Szokujące potrawy* bazuje bowiem na związku metonimicznym między kuchnią a kulturą – jedzenie pełni funkcję synekdochy lokalnych praktyk kulturowych. Dobór kulinarnych metonimii prowadzi jednak do egzotyżacji prezentowanych społeczności, ponieważ Inni ukazani są wyłącznie za pomocą wyróżniających się praktyk kulinarnych, które (z założenia) mają budzić w widzach skrajne emocje. W ten sposób różnica między „nami” a „nimi” ulega spotęgowaniu. Poszczególne sceny programu mogą wręcz przyczynić się – wbrew intencjom twórców – do (re)produkcji negatywnych wyobrażeń na temat Innych.

Decyzja producentów, aby tematem programu uczynić „potrawy, które szokują”, wynika zapewne z logiki mediów. Wybór ten niewątpliwie przyczynił się do „rozrzedzenia” popetnograficznego opisu, a co za tym idzie spłylenia potencjalnej wartości edukacyjnej programu. Przykład *Szokujących potraw* ilustruje więc pewien rozdźwięk między edukacyjnym a rozrywkowym aspektem produkcji typu *edutainment*, których celem jest nauczanie poprzez zabawę. Należy docenić starania Nowaka, który podjął swoistą próbę popularyzacji antropologii i relatywizmu kulturowego. Jednakże nie jest to do końca udana próba przeniesienia myśli antropologicznej na grunt popkultury, a ocena popularyzatorskiej działalności podróżnika musi pozostać ambiwalentna.

Bibliografia

- Buba-Braun, Aleksandra (2012). Obrazy lokalności w narracjach kultury popularnej. *Kultura – Historia – Globalizacja*, 12, 21–34.
- Gawrycki, Marcin Florian (2011). *Podglądając Innego. Polscy trawelebrycy w Ameryce Łacińskiej*. Warszawa: Wydawnictwa UW.
- Haładewicz, Małgorzata (1994). Perły przed wieprze. *Polska Sztuka Ludowa – Konteksty*, 3–4, 153–154.
- Kisielewska, Alicja (2017). Racjonalność potoczna a telewizyjne obrazy świata. Perspektywa polska. *IDEA – Studia nad strukturą i rozwojem pojęć filozoficznych*, 2, 172–186.
- Kleśta-Nawrocka, Aleksandra i Kleśta-Nawrocki, Rafał (2016). Brudne jedzenie w kuchni polskiej. W: Krzemiński, Krzysztof, Kmiec, Anna i Olszewska, Karolina (red.). *Człowiek – czystość i brud*, t. 1, *Aspekt humanistyczno-etnologiczny*. Toruń: Wydawnictwo UMK, 53–69.
- Koturbasz, Barbara (2009). Multimedialne podróżopisarstwo czyli narodziny *trawelebryty*. *Panoptikum*, 8, 117–124.
- Lakoff, George i Johnson, Mark (2010). *Metafory w naszym życiu*. Tłum. Tomasz Krzeszowski. Warszawa: Aletheia.
- Maćkowiak, Rafał (2015). Tematyka języków obcych w reportażach podróżniczych Wojciecha Cejrowskiego. W: Gaze, Mateusz i Góralczyk-Mowczan, Paula (red.). *Bogactwo językowe i kulturowe Europy w oczach Polaków i cudzoziemców*. Łódź: Wydawnictwo UŁ, t. 3, 220–229.
- MacCannell, Dean (2002). *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*. Tłum. Ewa Klekot, Anna Wiczorkiewicz. Warszawa: Muza SA.
- Michoń, Łukasz i Pawlak, Marek (2010). O humbugizacji antropologii. *Prace Etnograficzne*, 38, 47–56.
- Rybicka, Elżbieta (2010). *Trawelebryty – markowanie dyskursu podróżniczego*. *Kultura Współczesna*, 3, 117–134.
- Wala, Katarzyna (2010). Etnologia? A czego was tam uczą? *Prace Etnograficzne*, 38, 37–45.
- Wiczorkiewicz, Anna (2008). *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*. Kraków: Universitas.
- Żyrek-Horodyska, Edyta (2019). Nowodziennikarskie eksperymenty z formą reportażu podróżniczego. Kazus białej gorączki Jacka Hugo-Badera. *Studia Humanistyczne AGH*, 2, 93–109.

Streszczenie

Artykuł stanowi analizę dyskursu podróżniczego na przykładzie programu telewizyjnego *Szokujące potrawy*. Tekst poświęcony jest reprezentacji różnic kulturowych w mediach. Interpretacja wizerunku Innego opiera się m.in. na kognitywnej teorii metonimii. *Szokujące potrawy* to telewizyjny program podróżniczo-kulinarny prowadzony przez podróżnika i antropologa Jarosława Nowaka. W każdym odcinku Nowak skupia się na kuchni danego kraju (Peru, Singapuru, Wietnamu, Kambodży, Kazachstanu i Gruzji), która postrzegana jest jako obrzydliwa, egzotyczna lub dziwaczna. Podróżnik pokazuje, jak zdobywa się jedzenie, w jaki sposób jest ono podawane i zazwyczaj sam je zjada. Kuchnia służy jako metonimia lokalnej kultury. Podróżnik wykorzystuje swoją wiedzę antropologiczną do wyjaśniania różnic kulinarnych i kulturowych. Promuje także relatywizm kulturowy. Jednocześnie program obfituje w przejawy egzotyzacji Innych, ukazując lokalne społeczności za pośrednictwem „szokującego jedzenia”.

Tasting otherness. Pop-ethnography of food in the travel programme *Shocking dishes*

Summary

The article analyses the travel discourse in a television programme *Shocking dishes*. This paper examines the representation of cultural differences in the media. The interpretation of image of Others is based, among others, on the cognitive theory of metonymy. *Shocking dishes* is a travel and cuisine television show hosted by traveller and anthropologist Jarosław Nowak. In each episode, Nowak focuses on the cuisine of a particular country (Peru, Singapore, Vietnam, Cambodia, Kazakhstan and Georgia), which is perceived as being disgusting, exotic or bizarre. He shows how the food is procured, where it is served, and he usually eats it. Cuisine serves as an example of metonymy for local culture. The traveller uses his anthropological knowledge to explain culinary and cultural differences. He also promotes cultural relativism. At the same time, the show is full of exoticization of Others by showing local communities through “shocking food”.

Urszula Sawicka

ORCID: 0000-0002-6953-6570

Instytut Językoznawstwa

Uniwersytet Opolski

Mukbang i food challenge, czyli o jedzeniu w serwisie YouTube

Słowa kluczowe: *mukbang, food challenge, jedzenie, YouTube, internet*

Keywords: *mukbang, food challenge, food, YouTube, Internet*

Wstęp

Spożywanie pokarmów jest czynnością niezbędną do trwania ludzkiej egzystencji. Człowiek, aby (prze)żyć, musi dostarczać organizmowi składników odżywczych. Jedzenie stanowi zatem istotny element codzienności. Jednak myślenie o nim tylko w kategoriach „ekonomii przetrwania” (Kuligowski, 2018, s. 13) oddaje zaledwie jedną z funkcji, którą sam pokarm, jego przygotowywanie oraz spożywanie pełnią w życiu człowieka. W tym kontekście można chociażby wspomnieć o roli, jaką wspólne posiłki odgrywają w budowaniu i podtrzymywaniu relacji międzyludzkich. W systemach religijnych, jak również w zwyczajach i obrzędach danej społeczności określonym potrawom bądź ich składnikom przypisuje się konkretne znaczenie i funkcje. Poprzez (nie)jedzenie człowiek może wyrażać swoje przekonania, idee, wartości, a nawet styl życia. To, co spożywa, w jaki sposób i gdzie, może również stanowić informację o jego pochodzeniu, środowisku, w którym żyje, czy statusie ekonomicznym, jaki reprezentuje.

Temat jedzenia „uwikłany” jest zatem w szereg różnych dyskursów oraz aspektów życia. Nie sposób także zaprzeczyć obecności żywności i kulinariów w środkach masowego przekazu: telewizji, prasie, radiu oraz internecie. W ofercie stacji telewizyjnych znajdują się liczne programy kulinarne o charakterze poradnikowym (m.in. *Okrasa łamie przepisy*) oraz te nastawione na rywalizację (np. *MasterChef*), których celem jest wyłonienie spośród uczestników najlepszego i najbardziej wszechstronnego kucharza. Rynek książkowy oraz prasowy obfituje w pozycje dotyczące jedzenia. W internecie zaś można znaleźć ogromną liczbę blogów, wideoblogów, forów oraz stron poświęconych kulinariom. Dostępnych jest także wiele aplikacji mobilnych związanych z tym obszarem (np. *Glovo, Fitatu*).

Temat jedzenia towarzyszy zatem człowiekowi w postaci różnych przekazów medialnych, co nie pozostaje oczywiście bez wpływu na zdrowie, upodobania oraz nawyki żywieniowe odbiorców. Fakt licznych ich reprezentacji w mediach, które współtworzą codzienność współczesnego człowieka, świadczy o tym, że tematyka żywności budzi zainteresowanie społeczeństwa.

Przegląd literatury przedmiotu

Problematyka żywności i odżywiania długo była traktowana jako coś trywialnego, powszedniego – dlatego nie wywoływała zaciekawienia uczonych (Rybak, 2012, s. 211). Współcześnie sytuacja wygląda inaczej. Tematyka (nie)jedzenia analizowana jest w różnych kontekstach, m.in. tożsamości, płci i statusu społecznego (Łeńska-Bąk, 2010) czy zaburzeń odżywiania (Józefik, 2014). Warto w tym miejscu wskazać także na monografie: *Moda na gotowanie. Medialne i kulturowe wizerunki jedzenia* (2019) oraz *Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol* (2007), w których zaprezentowano wieloaspektowe badania na temat jedzenia, odnoszące się m.in. do sfery mediów, religii, literatury, obrzędów. W kontekście szerokiego spojrzenia na podejmowaną problematykę warto zwrócić również uwagę na pozycję Diane Ackerman *Historia naturalna zmysłów* (1994), w której badaczka analizuje kwestię poznawania świata za pomocą zmysłów. Wśród nich jest także smak – nierozzerwalnie łączący się przecież z jedzeniem. Obfitość literatury w interesującym mnie zakresie dowodzi ważkości tematu, jak również jego elastyczności i wieloaspektowości, co daje możliwość badania go z perspektywy różnych dziedzin nauki.

Fakt ten znajduje potwierdzenie w prezentowanych w tym tekście analizach praktyk jedzeniowych: *mukbang* i *food challenge*. Pierwszemu z wymienionych zjawisk została poświęcona znaczna liczba publikacji – przede wszystkim w języku angielskim. Badacze zainteresowani tym trendem zgłębiają m.in. takie jego aspekty, jak kwestia wspólnoty tworzącej się między nadawcą a odbiorcami (Choe, 2019) czy wpływ recepcji *mukbang* na psychikę i zachowania widzów (Kircaburn i in., 2020). W polskich publikacjach naukowych niewiele jest prac, które w pogłębiony sposób analizują to zjawisko, choć trzeba podkreślić fakt akcentowania przez badaczy jego pojawienia się i funkcjonowania w sieci (Oleksiuk, 2021; Łapińska, 2019). Podobną sytuację możemy zaobserwować w przypadku studiów poświęconych *food challenge* bądź ogólnie internetowym wyzwaniom (ang. *challenge*). W polskim dyskursie naukowym brakuje publikacji poświęconych temu zjawisku. Wśród nielicznych prac można wskazać artykuł Bartłomieja Kotowskiego *E-zabawy na granicy świata rzeczywistego i światów wirtualnych*, w którym autor m.in. wyjaśnia, czym jest *challenge*. Jednakże należy przy tym zauważyć, że w polskojęzycznych internetowych portalach informacyjnych i edukacyjnych istnieje wiele publikacji poświęconych temu zagadnieniu – zwłaszcza w kontekście jego negatywnych, nierzadko tragicznych skutków. Jest to dowód na to, że mamy do czynienia z kwestią

istotną i domagającą się dokładnego zbadania. Niniejsze analizy mają na celu zasygnalizowanie ważkości badań medialnych wskazanych trendów, a także częściowe wypełnienie luki w polskim dyskursie naukowym dotyczącym praktyk *mukbangu* oraz *food challenge*.

Pytania badawcze oraz metodologia

Jak sugeruje tytuł niniejszego artykułu, zostaną w nim opisane badania konkretnych zjawisk dotyczących jedzenia, które funkcjonują w internetowym portalu YouTube. Interesujące mnie praktyki – *mukbang* oraz *food challenge* – obejmują spożywanie (często wysokokalorycznych) pokarmów (najczęściej) w dużych ilościach, oba są rejestrowane za pomocą kamery wideo i umieszczone zwykle w serwisach wymiany plików wideo. W stosunku do obu można mówić o swoistym fenomenie, wynikającym z ich olbrzymiej popularności w sieci. Nagrania tego typu osiągają często nawet po kilkadziesiąt milionów wyświetleń. Celem badań zaprezentowanych w tym tekście jest wskazanie potencjalnych przyczyn ogólnoświatowej popularności, jaką cieszą się wspomniane typy nagrań. Celem prowadzonych przeze mnie badań było uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania: jakie elementy fascynują i przyciągają przed ekrany widzów *mukbangu* i *food challenge*? Co skłania użytkowników do wyboru tego rodzaju materiałów spośród innych poświęconych tematyce jedzenia dostępnych w serwisie YouTube? Ponadto będę dociekać, co mogło sprawić, że *mukbang* oraz *food challenge* stały się globalnym fenomenem – wykroczyły poza ramy zjawisk o charakterze lokalnym i zyskały akceptację oraz naśladowców w różnych częściach świata. Próba zgłębienia popularności wspomnianych praktyk oraz odpowiedzi na postawione pytania badawcze wydaje mi się istotna przede wszystkim z uwagi na to, że oba zjawiska często łączą się z konsumowaniem dużej ilości wysokokalorycznego jedzenia, co może niekorzystnie wpływać zarówno na zdrowie zjadaczy, jak i nawyki żywieniowe osób śledzących ich nagrania. Zastanawiające (a być może – niepokojące?) jest zatem, dlaczego te trendy wciąż zyskują kolejnych naśladowców, a także widzów chcących oglądać niebezpieczne lub niezdrowe praktyki.

Aby ustosunkować się do powyższych kwestii, przeprowadziłam studia przypadków (ang. *case study*) kilku nagrań wideo z serwisu YouTube. Wykorzystanie tej metody pozwala wnikliwie przyjrzeć się danej kwestii oraz na podstawie analizy jednostki budować hipotezy i teorie odnoszące się do zjawiska ogólnego (Huk, 2014, s. 127). Analizując konkretne przykłady podążania za trendami *mukbang* oraz *food challenge*, próbuję zatem zgłębić globalny fenomen tych praktyk. Wszzechstronne zbadanie tego zagadnienia wymagało nie tylko analizy samej treści nagrań, ale i poszczególnych części, które współtworzą i determinują swoistość danego przypadku będącego egzemplifikacją interesujących mnie trendów. W badaniach uwzględniono zatem treść konkretnych nagrań, odpowiadające im komentarze oraz kontekst witryny, w której zostały

opublikowane. Takie szerokie spojrzenie na podejmowane zagadnienia stwarza szansę na odnalezienie nowych sposobów interpretacji, budowanie oryginalnych wniosków oraz teorii (Domańska, 2010, s. 52–53).

W badaniach uwzględnione zostały nagrania opatrzone hasztagami: *#mukbang* lub *#foodchallenge*. Materiały pochodzą z czterech kanałów internetowych, których tematyka skupia się wokół żywności. Są to konta: Zach Choi ASMR (12,8 mln subskrypcji), HunniBee ASMR (7,12 mln subskrypcji), Matt Stonie (14,6 mln subskrypcji) oraz IIFYM Chef (200 tys. subskrypcji)¹. Na wybór tych kanałów wpłynęła przede wszystkim ich wysoka popularność, za której miernik obrałam liczbę subskrybentów, a więc zadeklarowanych obserwatorów danego twórcy lub twórców. Podane w nawiasach liczby dowodzą, że wskazane konta cieszą się dużym zainteresowaniem, dlatego też uznałam je za reprezentatywne w kontekście prowadzonych przeze mnie badań. Kolejnym czynnikiem doboru kont była ich różnorodność. Należą one do różnych twórców i prowadzone są nie tylko w języku angielskim, np. konto IIFYM Chef jest polskojęzyczne. Ten faktor doboru treści miał w założeniu ukazać możliwe przyczyny rozprzestrzeniania się trendów *mukbang* i *food challenge* w skali globalnej, a także wskazać na możliwe powiązania między treściami tego typu w internecie. Wyznacznikiem wyboru materiałów poddawanych analizom była popularność. Za jej miernik obrałam wysoką liczbę wyświetleń danego wideo.

Zastanawiając się z kolei, co wpływa na to, że użytkownicy serwisu decydują się obejrzeć dany film, przyjrzałam się umieszczanym pod nagraniami komentarzom widzów. Aby zrozumieć globalny fenomen analizowanych trendów, za istotne uznałam poszerzenie kontekstu rozważań i odniesienie się do swoistości serwisu YouTube. Każde umieszczane tam wideo nie istnieje bowiem „w próżni”, ale w gęstej „sieci relacji” (Żaglewski, 2011, s. 95) z użytkownikami-widzami, innymi funkcjonującymi w serwisie materiałami oraz samą platformą. Przyglądając się prawom, które rządzą tym serwisem, możemy zyskać dodatkowe informacje na temat tego, jakie czynniki kształtują treść materiałów, które zdołały wyróżnić się na tle nieustannie poszerzających się filmowych zasobów platformy.

Drugą wykorzystywaną przeze mnie metodą badań była analiza źródeł zastanych (ang. *desk research*) odnoszących się do *mukbangu* oraz wyzwania dotyczących konsumpcji żywności. Dane i wnioski zawarte w publikacjach na ten temat budują teoretyczny fundament pracy, jak również stwarzają możliwość odwołania do nich własnych spostrzeżeń. Zastosowanie dwóch metod badawczych sprzyjało wieloaspektowemu zbadaniu wspomnianych praktyk oraz zwróceniu uwagi na różne czynniki, które mogą wpływać na utrzymanie się zainteresowania nimi.

¹ Dane z dnia: 19.08.2021 r.

Mukbang

Pierwszym omawianym przeze mnie trendem jest *mukbang*. Jego nazwę tworzy połączenie dwóch koreańskich słów: *meokneun* („jeść”) oraz *bangsong* („transmisja”) (Anjani i in., 2020, s. 2). *Mukbang* polega na transmitowaniu „na żywo” (ang. *streaming*) procesu spożywania (a często również przygotowywania) posiłków. Materiał może być także wcześniej nagrany, a następnie opublikowany w sieci. Początkowo trend ten był popularny w Korei Południowej oraz w krajach azjatyckich – m.in. Japonii i Chinach, ale szybko zyskał zwolenników w innych częściach globu.

W większości materiałów typu *mukbang* pojawia się jedynie ich twórca, choć natrafić można i na takie, które prezentują wspólne „biesiadowanie” dwóch lub kilku osób. Dla *mukbangu* charakterystyczna jest nie tylko konsumpcja przed kamerą, lecz także sposób, w jaki się ona odbywa. Tak zwany mukbanger, a więc osoba, której *content* na autorskim kanale obfituje w omawiane tutaj treści, je dużo i (najczęściej) głośno. Efekt wyraźnej słyszalności konsumpcji osiągany jest dzięki obecności w czasie nagrania dodatkowego nagłośnienia – mikrofonu wbudowanego w słuchawki, które zakłada twórca, lub sprzętu rejestrującego dźwięki, znajdującego się tuż przed nim. Dzięki temu odbiorca bardzo wyraźnie słyszy odgłosy przeżuwania, polykania, mlaskania czy wsysania pokarmów. Obiektem konsumpcji jest najczęściej tradycyjne koreańskie jedzenie, np. *ramen*, ale również produkty typu *fast food*, ostre potrawy czy alkohol (Kang i in., 2020, s. 2241).

Badacze, którzy podjęli się analizy tego trendu, upatrują przyczyn jego popularności w przemianach społecznych i przeobrażeniach życia rodzinnego. W ostatnich latach w Korei Południowej obserwuje się wyraźny wzrost liczby jednoosobowych gospodarstw domowych, co spowodowane jest wyjazdami (przede wszystkim ludzi młodych) w celu podjęcia dalszej edukacji bądź pracy (Anjani i in., 2020, s. 2). W tym kraju posiłki mają charakter społeczny, dużą wagę przykłada się do związanej z nimi atmosfery wspólnoty i możliwości dzielenia się jedzeniem (Tomaszewska-Bolałek, 2015, s. 16; Choe, 2019, s. 1). Konsumpcja przed kamerą – zwłaszcza w formie *streamingu*, dająca możliwość komunikowania się mukbangera ze swoimi widzami na czacie – może stanowić substytut interakcji społecznych, formę „zaspokojenia tęsknoty za wspólnym jedzeniem” (Kang i in., 2020, s. 2). Argument ten może wyjaśniać chęć tworzenia nagrań typu *mukbang*, ale również to, dlaczego są one tak chętnie oglądane. Wyjazdy na studia, do pracy, w miejsca znacznie oddalone od domu rodzinnego stały się obecnie normą niemal na całym świecie. Dlatego też nie tylko twórcy materiałów wideo, ale również ich odbiorcy mogą szukać w sieci – jak to określają Soek-Kyeong Hong oraz Sojeong Park – swojego *meal mate* (Hong i Park, 2017, s. 118), a więc towarzysza posiłku. Formę wspólnotowości i współobecności (nie tylko w czasie posiłków) mogą zapewniać im właśnie analizowane tutaj nagrania. Dodatkowo, przy wykorzystaniu opcji *streamingu* z możliwością czatowania, mukbanger oraz jego widzowie wchodzą w interakcje, co może wzmocnić poczucie wzajemnej obecności (Kagan i in., 2021) oraz bliskości.

Wymieniając wiadomości i oglądając konsumpcję (lub współkonsumując przed ekranem), użytkownicy mogą poczuć się tak, jakby siedzieli i ucztowali przy wspólnym stole. Biorąc to pod uwagę, można stwierdzić, że *mukbang* wpisuje się w specyfikę współczesnego, szybko zmieniającego się świata, swoistość wielu kultur nastawionych na mobilność, rozwój, efektywność – osiągniętych nierzadko na drodze wyrzeczeń, samotności, oddalenia od miejsca dotychczasowego zamieszkania i rodziny. Sądzę, że *mukbang* może być w tym kontekście traktowany jako odpowiedź na podstawowe potrzeby jednostki – bliskości i przynależności. Ich zaspokojenie bywa bowiem trudne w szybko zmieniającej się rzeczywistości. Spostrzeżenie to może stanowić także czynnik wpływający na światową popularyzację omawianej praktyki. Wskazane potrzeby odczuwa przecież każdy człowiek – bez względu na miejsce zamieszkania.

Badając fenomen popularności *mukbangu*, warto dokładnej przyjrzeć się również treści konkretnych nagrań oraz umieszczonym pod nimi komentarzom². Nagraniem cieszącym się ogromną popularnością jest wideo opublikowane przez Zacha Choi – 33-letniego youtubera pochodzącego z Korei Południowej. Film zatytułowany *ASMR Nuclear fire stretchy cheese chicken wings mukbang (No Talking) Cooking and eating sounds* osiągnął 25 mln wyświetleń (stan na dzień 23.06.2020 r.). Widniejący w tytule nagrania skrót ASMR (ang. *autonomous sensory meridian response*) odnosi się do zjawiska odczuwania przyjemności i odprężenia, które pojawia się jako reakcja na konkretne bodźce somatyczne, dźwiękowe oraz słuchowe (Michalik, 2018). Takie uczucie mogą wywołać również dźwięki przygotowywanego i spożywanego jedzenia. Na omawianych w tej części filmach widz słyszy je bardzo wyraźnie. Odbiera zatem nie tylko bodźce wizualne, ale również słuchowe. Wyraźnie słyszalny dźwięk konsumowanego jedzenia może sprzyjać wyobrażeniu sobie faktury, konsystencji oraz jakości spożywanych dań, a także wywołać odczucie niemalże faktycznego współuczestnictwa w obserwowanej na ekranie uczcie. Czynniki te mogą wzmocnić przyjemność oglądania materiału, ale też zachęcić do recepcji kolejnych tego typu nagrań.

Zasadność takiego wniosku umacniają spostrzeżenia Diane Ackerman, która zwraca uwagę na istotność efektów dźwiękowych w przekazie audiowizualnym, podkreślając, że na popularność reklamowanych produktów spożywczych wpływa (także) słyszany przez odbiorcę dźwięk ich konsumowania, np. chrupanie, a zatem towarzyszący jedzeniu hałas (Ackerman, 1994, s. 184). Refleksja badaczki może znajdować swoje zastosowanie także w przypadku popularności *mukbangu*. Słyszane przez odbiorców dźwięki konsumpcji mogą utrwalać się w ich umysłach, sprzyjać zapamiętaniu treści wideo, a przez to pobudzać ich do obejrzenia kolejnych tego typu materiałów.

Na przywołanym wcześniej nagraniu obserwujemy, jak Choi zjada przygotowany na oczach widza posiłek składający się z ostrego ziemniaczano-serowego *puree* oraz panierowanych, smażonych w głębokim tłuszczu skrzydełek

² Transmisje toczące się w czasie rzeczywistym będą w tej analizie pominięte, ponieważ są one dostępne w sieci jedynie w czasie ich emisji.

kurczaka. W większości zamieszczonych pod tym filmem komentarzy odbiorcy przyznają się do tego, że obejrzone wideo wywołało u nich uczucie głodu bądź wyostriżyło odczuwanie tego stanu, który towarzyszył im jeszcze przed włączeniem nagrania: „Who else watted this on empty stomach? I tortu ring myself...” („Kto jeszcze oglądał to na czczo? Torturuję się...”)³. Uczucie głodu może być potęgowane zarówno za sprawą widoku apetycznie wyglądającego jedzenia, jak i wyraźnie słyszalnych dźwięków jego konsumpcji. W analizowanym nagraniu odbiorca słyszy m.in. odgłosy wsypywania i mieszania przypraw potrzebnych do zrobienia panierki, krojenia warzyw, obtaczania kawałków kurczaka w uprzednio przygotowanej marynacie, smażenia, gotowania, a także gryzienia, przeżuwania i połykania gotowego dania. Doznania słuchowe mogą pobudzać apetyt widzów, ale też sprawiać, że będą oni kontynuować oglądanie filmu i w uczuciu fascynacji oczekiwać na efekt końcowy w postaci gotowej potrawy. Przyjemność doznań płynących z nagrania może ponadto motywować odbiorców do oglądania kolejnych obrazów uczujących mukbangerów.

Prezentowane w tej części opinie użytkowników często przybierają formę notatki bądź listy stanowiącej swoiste „podsumowanie wrażeń”, które wywołało u nich nagranie:

Eyes: Satisfied
Ears: Satisfied
Mouth: Satisfied
Stomach: TRIGGERED [...].
(Oczy: usatysfakcjonowane.
Uszy: usatysfakcjonowane.
Usta: usatysfakcjonowane.
Brzuch: POBUDZONY).

W powyższym wpisie, oprócz jasnego wskazania na pobudzenie apetytu przez oglądane obrazy konsumpcji, pojawia się także potwierdzenie audiowizualnego usatysfakcjonowania treścią nagrania. Widok apetycznie wyglądających potraw, któremu towarzyszy możliwość wyrazistego uchwycenia dźwięków ich konsumpcji, można zatem potraktować jako „zastępcze ukontentowanie” – podobne do przyjemności, którą odczuwamy w momencie jedzenia. Istotę owej (audio) wizualnej satysfakcji doskonale oddają słowa Magdaleny Sztandary na temat innego trendu związanego z jedzeniem – *food porn*. Sądzę jednak, że doskonale odzwierciedlają one również opisywaną przeze mnie sytuację:

Przez sam akt przypatrywania się im [tu możemy wskazać zarówno obrazy dań, jak i jedzącego mukbangera – U.S.] odbiorcy-konsumenci rozpoznają w nich [potrawach – U.S.] konkretne smaki, przypisują im wartości charakterystyczne i możliwe do odebrania przez inne zmysły. „Wzrokowe smakowanie” pozostaje na poziomie wyobraźni symbolicznej, która, pobudzając umysł i zmysły do działania, przynosi syntezę smaku i wyglądu, przywołując wiedzę na ich temat, określając estetyczne właściwości (Sztandara, 2007, s. 389).

³ Tłum. cytatów z j. ang. Urszula Sawicka.

Widz doświadcza zatem czegoś w rodzaju „wizualnej ucztę”, w której w sposób pośredni, dzięki oglądaniu materiału wideo, może uczestniczyć.

Odbiorcy bardzo często podkreślają chęć skonsumowania prezentowanych w czasie nagrania potraw: „It’s Just me or do I wanna eat this cheese” („Czy to tylko ja mam ochotę zjeść ten ser?”). Niekiedy pragnienie to zdaje się być bardzo silne: „I’m so hungry i couls almost Take a bit of my screen looking at this” („Patrząc na to, jestem tak głodny, że mógłbym ugryźć kawałek ekranu”). Patrzenie na apetycznie wyglądające potrawy nie tylko zatem wyostreza apetyt, ale może również prowokować czy wytwarzać niepoohamowaną wręcz chęć spróbowania tego, co zjada youtuber. Samo „jedzenie oczami”, a więc odczucie ukontentowania wyłącznie faktem oglądania konkretnych obrazów, staje się w niektórych wypadkach niewystarczające. Zaprezentowane reakcje można odczytać wówczas jako te, które będą sprzyjać recepcji innych filmów o podobnej treści w celu „wchłonięcia” kolejnych wrażeń estetycznych, a także jako bodziec do podjęcia próby przygotowania dań, które wywołały u widza zachwyty.

Popularnym nagraniem typu *mukbang* jest również wideo zamieszczone przez 26-letnią Amerykankę Naomi MacRae – właścicielkę konta o nazwie HunniBee ASMR. Film zatytułowany *ASMR most popular food at McDonald’s big mac, oreo mcflurry, nuggets, chicken, Sandwich, fries mukbang* posiada 5 mln wyświetleń (stan na dzień 23.06.2020 r.). Obserwujemy na nim, jak youtuberka zjada i komentuje smak dań z popularnej sieci restauracji typu *fast food*.

Na kolejny powód popularności *mukbangu* może wskazywać następująca wypowiedź: „I wanna be able to eat this much McDonald’s and don’t have myself after” („Chcę być w stanie zjeść tak dużo [specjałów – U.S.] z McDonald’s i nie czuć później do siebie odrazy”). W tym komentarzu wyraźnie wybrzmiewa świadomość konsekwencji spożywania dużej ilości tzw. niezdrowego jedzenia, w postaci chociażby obniżenia własnej samooceny. Choć nie jest to wyrażone wprost, można się domyślać, że chodzi o przybranie na wadze spowodowane wysokokaloryczną dietą. Warto jednak zwrócić uwagę na to, że sam akt śledzenia tego procesu na ekranie może zapewnić odbiorcom poczucie komfortu i bezpieczeństwa, gdyż to nie oni muszą obawiać się o swoją sylwetkę. Oglądając takie nagrania, mogą zapewnić sobie zastępczą satysfakcję w postaci obserwowania tego, na co sami by się nie zdecydowali. W tym wypadku można również posłużyć się teorią Debory Lupton, wyjaśniającą popularność filmów typu *cheat day* (dzień bez diety), których idea również zakłada spożycie znacznej liczby wysokokalorycznych produktów w ramach jednorazowego odstępstwa od codziennego reżimu dietetycznego. Badaczka stwierdza, że recepcję tego typu materiałów przez odbiorców można potraktować jako wizualizację ich fantazji „o nadmiernym spożywaniu zakazanej żywności bez powodów do wstydu, winy i odpowiedzialności” (Lupton, 2020, s. 2). Oglądając filmy typu *cheat day* lub *mukbang*, widz doznaje zatem przyjemności wizualnej, wywołanej widokiem apetycznego jedzenia, ale jednocześnie może być spokojny zarówno o swoją figurę, jak i stan psychiczny. Osiągnięcie zadowolenia, które daje widok jedzenia, bez obaw o siłę swojej woli i figurę, może potęgować zainteresowanie materiałami, dzięki którym jesteśmy w stanie zyskać rodzaj zastępczej satysfakcji. Czynniki

ten może generować globalną popularność tego typu nagrań, gdyż szczupłe ciało stanowi element kanonu piękna obowiązującego w wielu kulturach świata.

Z drugiej jednak strony badacze *mukbangu* podkreślają, iż nawet samo obserwowanie oraz rozpowszechnianie w mediach obrazów pochłaniania znacznej ilości wysokokalorycznego jedzenia w krótkim czasie może sprzyjać powielaniu takich niezdrowych nawyków żywieniowych u widzów (Kang i in., 2020, s. 2238). Uwaga ta znajduje zastosowanie również w przypadku *food challenge* – kolejnej praktyki jedzeniowej analizowanej w tym tekście.

Food challenge

Food challenge to rodzaj wyzwania (ang. *challenge*), które dotyczy jedzenia (ang. *food*). Wśród filmów tego typu w serwisie YouTube można znaleźć wyzwania polegające na zjedzeniu jak największej ilości żywności danego typu (słodkiej, ostrej, *fast food*, produktów wegańskich itd.), skonsumowania określonej liczby kalorii w wyznaczonym czasie czy jak najszybszego „pochłonięcia” wskazanych pokarmów. *Challenge* rejestrowany jest za pomocą kamery wideo, a następnie publikowany w sieci (Kotowski, 2008, s. 114). W tym tekście analizuję określony typ owych wyzwań polegający na skonsumowaniu jak największej ilości jedzenia w możliwie najkrótszym czasie.

Twórcą kanału skupionego wokół wyzwań poświęconych jedzeniu na czas jest 28-letni Amerykanin Matt Stonie. Należy tutaj dodać, że jest on zawodnikiem Major League Eating – organizacji zrzeszającej zawodników rywalizujących w konkursach spożywania jedzenia w jak najkrótszym czasie (*About Major League Eating*). Od 2011 roku Stonie bierze czynny udział w tego typu zawodach, natomiast swój kanał w serwisie YouTube prowadzi od roku 2016. Liczba odsłon najpopularniejszego z opublikowanych przez niego materiałów sięga 76 mln (stan na dzień 10.07.2020 r.).

Powyższy wynik osiągnął film pt. *Epic Chili Cheese Fries!! (10,120 Calories)*, w którym Stonie podejmuje się zjedzenia dziewięciu dużych opakowań frytek (jedna porcja odpowiada dużemu opakowaniu serwowanemu w popularnych restauracjach typu *fast food*) polanych sosem serowym (puszka przekraczająca wagę 1 kg) i posypanych cząstkami bekonu. Stanowiło to posiłek o łącznej wartości odżywczej wynoszącej ponad 10 000 kcal – Stonie podaje te wartości przed przystąpieniem do wyzwania. Youtuber umieszcza jedzenie na dużej, prostokątnej blasze, co dodatkowo ukazuje widzowi, jaka ilość jedzenia (w założeniu) ma zostać skonsumowana. Celem *challenge'u* jest zjedzenie tej pokaźnych rozmiarów porcji w jak najkrótszym czasie. Procesowi jedzenia (a właściwie pochłaniania) towarzyszy stoper, który uruchamiany jest w momencie rozpoczęcia konsumpcji, a zatrzymywany, gdy z naczynia znika ostatni kęs bądź gdy zjadacz nie jest już w stanie zjeść więcej. Matt Stonie wychodzi z tego wyzwania zwycięsko, konsumpcja tego dania zajęła mu 20 minut i 7 sekund. Opisany tutaj schemat nagrania obserwujemy również w przypadku innych jego materiałów,

na których podejmuje się m.in. zjedzenia zawartości dużego słoika Nutelli (750 g, 4000 kcal, 3 min 47 sek.), jajecznicy sporządzonej z 50 jaj (6 min 16 sek.) czy 50 donutów (11 000 kcal, 10 min 46 sek.). Każde ze wskazanych nagrań uzyskało ponad 12 mln wyświetleń (stan na dzień 10.07.2020 r.).

Odpowiedź na pytanie o ogromną popularność tych materiałów może przynieść analiza komentarzy, które pojawiają się pod zaprezentowanymi w artykule filmami. W przeważającej części są to wpisy o charakterze humorystycznym, żartobliwym, ironicznym, a nawet sarkastycznym. Wiele z nich przybiera kształt hipotetycznych historii, które mogłyby wydarzyć się w życiu Stoniego. Warto w tym miejscu zaprezentować i przeanalizować kilka z nich:

Parents: Finish your food Matt

Matt: So You have chosen death

(Rodzice: Matt, dokończ jedzenie

Matt: Więc wybieracie śmierć) (*Epic Chili Cheese Fries!! (10,120 Calories)*).

Doctors: Breakfast is the most important meal of the day

Matt Stonie: noted.

(Lekarze: Śniadanie jest najważniejszym posiłkiem w ciągu dnia.

Matt Stonie: zapisane) (*50 Scrambled Egg Challenge*).

Przywołane wpisy w prześmiewczy sposób ukazują rzekome sytuacje, w których mógłby znaleźć się Matt Stonie. Takie reakcje internautów tłumaczyć można tym, że obserwatorzy zaczęli postrzegać twórcę przez pryzmat tego, czego podejmuje się w wyzwaniach. Tematyka kanału Stoniego skupiona jest tylko wokół wyzwań dotyczących jedzenia, dlatego też użytkownicy nie wiedzą, jak jego życie wygląda pomiędzy *challenge'ami*, czy (i w jaki sposób) się do nich przygotowuje itd. Działa to na niekorzyść twórcy, ale też ukazuje niską świadomość komentujących na temat funkcjonowania i trenowania osoby uczestniczącej w wyzwaniach jedzenia na czas.

Zabawowy charakter zaprezentowanych komentarzy świadczy również o tym, że odbiór nagrania, wokół którego toczy się dyskusja, stanowi dla wielu widzów atrakcyjną formę spędzania czasu – podobnie jak oglądanie telewizji czy seans w kinie. Wideo dostarcza im zatem przyjemności, okazji do wymiany zdań (nie zawsze przychylnych i obiektywnych wobec twórcy) i wrażeń na temat obejrzanego materiału. Czynniki te mogą warunkować popularność recepcji *food challenge* – popularność globalną, gdyż dostęp do serwisu YouTube jest możliwy w większości państw.

Wśród opinii, które pojawiają się pod filmami Amerykanina, warto zwrócić uwagę również na te, które wyrażają fascynację i podziw dla jego wyczynów. Wiele komentarzy stanowi wyraz zdziwienia i niedowierzania w możliwości Stoniego, wytrzymałość jego organizmu oraz fakt, że pomimo takich jedzeniowych wyczynów utrzymuje on szczupłą sylwetkę: „How does he not get fat, I mean seriously, when I eat 1 Oreo pack I feel like sumo” („Jak on to robi, że nie tyje, serio, gdy ja zjem jedną paczkę [ciastek – U.S.] Oreo, czuję się jak sumo” (*203 Chips Ahoy Challenge (12,800 Calories)*)). Tego typu komentarze mogą wynikać z niewiedzy użytkowników na temat życia Stoniego poza zawodami

jedzenia na czas. Emma-Jayne Abbots i Luci Attala, które w swoich badaniach dekonstruuja stereotypowy obraz profesjonalnego zjadacza jako tego, który nie troszczy się o swoją dietę i własne ciało, przytaczają wypowiedź jednego z zawodników, która ukazuje inny obraz przedstawicieli tej grupy:

In the week leading up to a challenge... large amounts of cabbage and broccoli is also great for stretching and excellent for the metabolism. On day of challenge no solids at all, maybe soup or yogurt only. Half hour before the challenges I have a rice cake for energy. I have stopped drinking coffee and now only drink green tea. I... always try to be strict with my prep work.

(W tygodniu poprzedzającym wyzwanie... [jem – U.S.] duże ilości kapusty i brokułów, które świetnie nadają się również do rozciągania [żołądka – U.S.] i doskonale wpływają na metabolizm. W dzień wyzwania [jestem – U.S.] bez żadnych stałych produktów, może tylko zupa lub jogurt. Pół godziny przed wyzwaniami jem ciastko ryżowe dla energii. Przestałem pić kawę, teraz piję tylko zieloną herbatę. Staram się być zawsze wymagający w moich przygotowaniach) (Abbots i Attala, 2017, s. 23–24).

Zaprezentowana wypowiedź pokazuje obraz zjadacza jako osoby kontrolującej to, co spożywa, jak również świadomie przygotowującej się do każdego wyzwania. Jest to zatem zupełnie inny wizerunek niż ten, który można zbudować jedynie dzięki recepcji pojedynczego wideo. Bez względu na to, już sama chęć zobaczenia nietuzinkowego wyczynu zjadacza może generować popularność tej praktyki zarówno w świecie rzeczywistym, jak i w internecie.

Analizując komentarze, warto zwrócić uwagę, że niewielu obserwatorów nazywa realne konsekwencje wyczynów, których dokonuje Matt Stonie, a więc skutki zdrowotne, które może wywołać spożycie tak dużych ilości jedzenia w bardzo krótkim czasie. Wśród nielicznych tego typu opinii można wskazać następujące wypowiedzi: „It’s coma then death. It’s annoying people who don’t know that” („To śpiączka, a potem śmierć. Denerwują mnie ludzie, którzy tego nie wiedzą”) (*Epic Chili Cheese Fries!! (10,120 Calories)*), „Everyone saling bruh why is he not fat bruh you should asking how is he alive” („Wszyscy pytają, dlaczego on nie jest gruby? Powinni zapytać – jak on [jeszcze – U.S.] żyje”) (*Epic Chili Cheese Fries!! (10,120 Calories)*). Wyjaśnienia powyższego stanu rzeczy można – jak sądzę – upatrywać w tym, że widowiskowość takich wyczynów i ryzyko z nimi związane obserwowane jest z bezpiecznego dystansu i komfortowej pozycji kogoś, kogo skutki omawianego zjawiska nie dotyczą. Może to odsuwać myślenie w kategoriach zdroworozsądkowych, a jednocześnie wytwarzać uczucie fascynacji, zadziwienia i tym samym przyciągać uwagę widzów.

W serwisie YouTube odnaleźć można wiele nagrań inspirowanych wyzwaniami, które podejmuje Matt Stonie. Widoczna staje się więc relacyjność nagrań oraz fakt rozpowszechniania się omawianego trendu w sieci. Wśród twórców, którzy próbują zmierzyć się z podobnymi co Stonie *challenge’ami*, jest polski youtuber – 28-latek z Poznania, publikujący pod nickiem IIFYM Chef. Skrót IIFYM oznacza „if it fits your macros” („jeśli odpowiada to twojemu zapotrzebowaniu”) i odnosi się do rodzaju diety polegającej na liczeniu kalorii i sporządzaniu bilansu składników makroodżywczych w taki sposób,

by odpowiadało to dziennemu popytowi organizmu (IIFYM, 2019). W tym sposobie żywienia nie tyle liczy się to, co się je, ale ile się je. Częstka „Chef” odnosić się może natomiast do poradnikowego charakteru kanału, skupiającego nagrania dotyczące gotowania, ćwiczeń i różnego typu wyzwań związanych z jedzeniem.

Próbie inspirowaną wyczynem Matta Stoniego stanowiło wyzwanie, którego celem było przygotowanie i zjedzenie ważącej 7,5 kg galaretki (*Człowiek vs 8 kg galaretki! Jelly challenge*). Twórca z Polski nie powtórzył jednak wyczynu Amerykanina, gdyż w jego przypadku zjedzona została (tylko?) część tego dania. Wśród prób, które zakończyły się sukcesem, można natomiast wymienić zjedzenie (za jednym podejściem) produktów, których łączna wartość odżywcza wynosiła 5000 kalorii. Nagranie zatytułowane *Koło fortuny decyduje o tym ile zjem z Mcdonalds! *epic cheat day** posiada 235 tys. wyświetleń (stan na dzień 12.07.2020 r.). W tym wyzwaniu pochłonięte zostały produkty typu *fast food*: hamburgery, frytki, *tortille*, kanapki, *nuggetsy* i lody.

Reakcje widzów, odzwierciedlone w komentarzach umieszczanych pod nagrańmi typu *challenge* youtubera z Poznania, mają na ogół pozytywny charakter. Należy w tym miejscu raz jeszcze podkreślić, że kanał IIFYM Chefa zawiera nie tylko wyzwania dotyczące ilości spożywanego na raz jedzenia, ale też przepisy na różnego typu potrawy oraz filmy prezentujące ocenę wartości i smaku wybranych produktów spożywczych. Kanał 28-latka z Poznania jest zatem bardziej zróżnicowany tematycznie niż *content*, który tworzy Matt Stone. Dlatego też w jego przypadku należy zachować ostrożność w wyciąganiu jednoznacznych wniosków odnośnie do tego, jakie treści umieszczane na jego kanale najbardziej interesują internautów.

Wśród komentarzy użytkowników pod materiałami wideo typu *challenge* na koncie IIFYM Chefa przeważają te, które wyrażają pozytywny stosunek nie tyle do rodzaju podejmowanego w nagraniu wyzwania, co samego twórcy: „Uwielbiam cię oglądać jesteś taki pozytywny i energiczny pozdro” (*Wpadka na diecie! 10.000 kcal challenge epic cheat fail*), „brakowało takiej pozytywnej osoby” (*Wpadka na diecie! 10.000 kcal challenge epic cheat fail*). Czynnikiem, który w tym wypadku wpłynął na to, że użytkownicy zdecydowali się na obejrzenie nagrania, była najprawdopodobniej chęć zobaczenia samego youtubera. Przywołane wpisy wyrażają bowiem aprobatę jego osobowości i stylu bycia. Poza samym jedzeniem istotnym czynnikiem w budowaniu popularności interesujących mnie tutaj nagrań może być zatem wizerunek youtubera.

Wśród komentarzy pod filmami twórcy z Polski pojawiają się także wpisy, które wyrażają uznanie dla prób podejmowanych przez 28-latka: „Kozak papapapa [...]” (*Wpadka na diecie! 10.000 kcal challenge epic cheat fail*), „Wow, wow, wow” (*Wpadka na diecie! 10.000 kcal challenge epic cheat fail*), „Normalnie nie wierzę, a zarazem szacun, że możesz tyle zjeść” (*Wpadka na diecie! 10.000 kcal challenge epic cheat fail*), „Gościu, dajesz radę” (*Wpadka na diecie! 10.000 kcal challenge epic cheat fail*). Takie opinie odczytać można jako wyraz uznania ze strony widzów dla wyczynu youtubera, niedowierzania, a zarazem fascynacji tym, co zobaczyli na ekranie. Stwierdzić zatem można, że popularyzacji omawianego trendu sprzyja sama jego formuła opierająca się

na szybkim pochłanianiu okazałych ilości jedzenia. Zaprezentowane komentarze wolno również odczytać jako swoistą afirmację *food challenge* i sygnał, że jest to działanie, które podoba się widzom.

Podejmowane przez youtuberów wyzwania mogą stanowić także realizację ukrytych pragnień, marzeń i życzeń odbiorców. Założenie to dobrze ilustruje wypowiedź jednego z użytkowników, zamieszczona pod filmem Matta Stoniego *Nutella Challenge*: „This is literally every kids dream let’s be honest” („Powiedzmy to sobie szczerze – to jest marzenie dosłownie każdego dziecka”). Oglądając wyzwania za pośrednictwem internetu, możemy wizualizować niektóre z własnych pragnień, których z różnych powodów nie zdołaliśmy zrealizować. Zdobywane w trakcie oglądania filmów doświadczenie medialne pozwala widzom na uzupełnienie luk w codziennym, bezpośrednim doświadczeniu (Thompson, 2001, s. 223–227) oraz daje okazję do odczuwania emocji, które – choćby częściowo – zastąpią im rzeczywiste doznania.

Oglądanie wyzwania w sieci stwarza również użytkownikowi komfort obserwowania działania, którego skutki go nie dotyczą, co w przypadku *food challenge* jest dość istotne, gdyż pochłanianie dużych ilości jedzenia w bardzo krótkim czasie może skutkować wieloma nieprzyjemnymi oraz niebezpiecznymi konsekwencjami zdrowotnymi. Wśród nich można wskazać bóle brzucha, nudności, ale też ryzyko zakrztuszenia się czy ataku serca (Bitsky, 2017). Widz siedzący przed monitorem komputera przyjmuje zatem bezpieczną pozycję obserwatora, który może jedynie zobaczyć konsekwencje takiego wyczynu. Podobną uwagę można wystosować wobec nagrań typu *mukbang*. To nie odbiorcy, a mukbangerzy pochłaniają spore ilości (często niezdrowego) jedzenia, co może w konsekwencji przyczynić się chociażby do zwiększenia masy ich ciała czy problemów z trawieniem. Czynniki ryzyka wpisany w tego typu praktyki (zwłaszcza *food challenge*) może być bodźcem, który przyciąga uwagę, a nawet intensyfikuje zaangażowanie odbiorcy w recepcję danego materiału.

Analizując popularność internetowych nagrań, należy również uwzględnić kontekst ich funkcjonowania, a więc w tym wypadku specyfikę platformy YouTube. Dostępne na niej opcje, sposób cyrkulacji treści oraz popularność samego serwisu mogą bowiem wpływać na tematykę zamieszczanych na nim nagrań. Dlatego też w kolejnej części przeanalizuję zależności pomiędzy swoistością platformy YouTube a popularnością interesujących mnie w tym tekście trendów jedzeniowych.

***Mukbang* i *food challenge* a specyfika serwisu YouTube**

Serwis YouTube powstał w 2005 roku jako platforma umożliwiająca dzielenie się materiałami wideo (Cyrek, 2020, s. 124). Jego użytkownicy mogą oglądać, udostępniać, komentować, oceniać i pobierać pliki filmowe. YouTube stwarza zatem internautom szerokie możliwości komunikacyjne, a jednocześnie ma charakter społecznościowy – tworzy wspólnotę nadawców-twórców

oraz odbiorców-fanów. Każdy użytkownik może ponadto, po założeniu konta, opublikować informacje o sobie, a więc dokonać autoprezentacji oraz wskazać, jakie treści zamierza publikować. Kwestia budowania wizerunku jest tu istotna, ponieważ o serwisie YouTube możemy dziś mówić także jako o trampolinie do sławy. Wielu współczesnych celebrytów, modeli, artystów (m.in. Justin Bieber, Cameron Dallas) zaczynało swoje kariery od publikacji filmów w tym serwisie i na nim w pierwszej kolejności zyskało ogromną popularność.

Wspomniane „wybicie się”, a więc zyskanie aprobaty, przyciągnięcie (i utrzymanie) uwagi widzów nie jest jednak łatwym zadaniem. YouTube stanowi platformę, na której trwa nieustanna cyrkulacja treści, trendów, mód, inspiracji i projektów, którymi próbuje się zaciekawić odbiorców. Ogromna ilość tworzonych i publikowanych w serwisie treści wpływa na to, że dostępne tam materiały szybko tracą „świeżość” (Żaglewski, 2011, s. 96), stając się mało atrakcyjnymi (wręcz nudnymi) w obliczu wciąż pojawiających się nowych, oryginalnych idei. By przyciągnąć uwagę widza, twórcy prześcigają się więc w pomysłach na nagrania, co sprawia, że nierzadko stają się one coraz bardziej absurdalne, ekstremalne czy w końcu – niebezpieczne. Spojrzenie z tej perspektywy na zjawiska *food challenge* oraz *mukbang* (będącego z racji ilości pochłanianego jedzenia również formą wyzwania) może pomóc wskazać kolejne powody, dla których użytkownicy decydują się na obejrzenie właśnie tych materiałów.

Pierwszym czynnikiem mogącym przyciągnąć widza jest strona wizualna nagrania, na którą składa się wygląd i kompozycja tytułowego kadru (tzw. miniaturka) oraz umieszczony pod filmem tytuł, stanowiący zapowiedź tego, co możemy zobaczyć w materiale. W przypadku *mukbang* i *food challenge* bodźcami mogącymi zainteresować odbiorcę są pojawiające się na pierwszym planie potrawy bądź składniki, które zostaną w nagraniu skonsumowane. Apetycznie wyglądające i estetycznie podane jedzenie może nie tylko wzmocnić apetyt widza, ale też sprawić, że zapragnie zobaczyć materiał, w którym się ono pojawi.

W przypadku nagrań typu *food challenge* tytuł filmu informuje, z jakim rodzajem czy z jaką ilością jedzenia będzie „mierzył się” twórca, np.: *Człowiek vs 8 kg galaretki! Jelly challenge*. Zapowiedź rywalizacji można uznać za kolejny czynnik przyciągający uwagę użytkownika. Stwierdzenie to można oczywiście odwrócić i równie dobrze powiedzieć, że to sami twórcy, próbując zaistnieć w przestrzeni serwisu, podejmują się coraz bardziej ekstremalnych i nietypowych wyzwań skupionych (nie tylko) wokół jedzenia. Do takich można zaliczyć chociażby *hot water challenge*, który polega na oblaniu drugiej osoby gorącą wodą.

Warto również zaznaczyć, że wyzwanie bywa często podejmowane przez różnych youtuberów, którzy wzajemnie typują się do podjęcia danej próby. W tym momencie uwypukleniu ulega wspomniana już komunikacyjna funkcja serwisu, swoisty dialog, który przebiega pomiędzy aktywnymi użytkownikami platformy. Podjęcie jedzeniowego wyzwania i konkurencja z innym twórcą może potęgować zaangażowanie odbiorcy w toczącą się na ekranie próbę. Ekscytacja oraz emocje wywołane obserwacją *challenge'u* mogą wzrastać w momencie, gdy youtuber bliski jest zakończenia rozgrywki sukcesem. Oglądając taki przekaz,

widz za pośrednictwem medium dostarcza sobie rozrywki, ekscytacji toczącym się na ekranie widowiskiem. Są to niewątpliwie czynniki, które mogą skłaniać go do obejrzenia podobnych nagrań, a co za tym idzie, wpływać na zwiększanie się popularności omawianego trendu.

Fascynację *food challenge* oraz *mukbangiem* można również wyjaśnić poprzez odwołanie do szerszego niż medium kontekstu, a więc specyfiki współczesnej kultury. Przede wszystkim w zachodnim kręgu kulturowym nadal dominuje wzorzec atrakcyjnej, szczupłej sylwetki. Oglądanie obrazów niezdrowego, wysokokalorycznego jedzenia, konsumowanego w znacznych ilościach na oczach widza, może stanowić transgresję i przełamanie dominujących na Zachodzie dyskursów zdrowego odżywiania i stylu życia (Abbots i Attala, 2017, s. 3), norm atrakcyjności, dobrego smaku i *savoir vivre'u*. Mowa tu o obecnych w obu typach nagrań scenach mlaskania, siorbania, głośnego przeżuwania, szybkiego i przez to często niedbale pochłanianego jedzenia czy samego aktu konsumpcji znacznych ilości żywności. W tym ujęciu *mukbang* i *food challenge* mają charakter transgresyjny – przekraczają normy dotyczące powszechnego pojmowania zdrowego stylu życia jako egzystencji opartej na racjonalnie dobranej diecie, odpowiedniej wielkości posiłków i właściwie zbilansowanych wartościach odżywczych produktów, a także przeczą standardom dbałości o ciało – szczupłe, prawidłowo odżywiane i trenowane. Obie praktyki balansują zatem pomiędzy tym, co w wielu kulturach propagowane jest jako atrakcyjne i dające przyjemność, a tym, co budzi wstręt, odrazę i zniechęcenie. Postrzegając *mukbang* i *food challenge* jako wyraz sprzeciwu wobec kanonów atrakcyjności i zdrowego stylu życia, można jednoznacznie stwierdzić, że wywołana tym faktem inność i oryginalność przekazu może zjednywać mu zwolenników – łaknących odmienności. Materiały wideo, które łamią społeczne normy i wyróżniają się spośród innych dostępnych w sieci nagrań, mogą intrygować i ciekawić odbiorców. Jednocześnie można je uznać za formę eskapizmu od społecznej rzeczywistości, w której za właściwe i normalne powszechnie uważa się kontrolowane i umiarkowane odżywianie. Oglądając *mukbang* czy *food challenge*, widz zyskuje zatem sposobność, by choć na chwilę zapomnieć o (wciąż silnej) społecznej presji dbania o swoje ciało i sposób odżywiania. Jak widać, nie tylko specyfika analizowanych tutaj trendów, ale też czynniki pozamedialne mogą sprzyjać ich percepcji.

Podsumowanie

Zaprezentowane w tekście wyniki badań pokazują, że popularność praktyk *mukbang* i *food challenge* warunkowana jest wieloma różnymi czynnikami – wiążącymi się zarówno z samą treścią nagrań, jak i kontekstem, w którym funkcjonują, są tworzone oraz odbierane. Najsilniej działającym bodźcem wydaje się jednak fakt, że zjawiska te dotyczą jedzenia. Podkreślane w przywoływanych komentarzach użytkowników osiągnięcie przez nich satysfakcji wzrokowej, słuchowej, a pośrednio nawet smakowej (gdyż dzięki intensywnemu

oddziaływaniu na pierwsze dwa wskazane zmysły widzowie mogą wyobrazić sobie jakość potrawy) pozwala stwierdzić, że recepcja omawianych nagrań daje im przyjemność. Dla wielu internautów jest to również forma rozrywki, spędzania wolnego czasu, co także można uznać za czynność podnoszącą poziom ogólnego zadowolenia. Za kolejny bodziec mogący wpływać na generowanie i utrzymywanie się popularności omawianych materiałów należy uznać ciekawość widzów łaknących zobaczyć to, co niecodzienne, a często ryzykowne (zwłaszcza w przypadku *food challenge*). Do obejrzenia omawianych praktyk może zachęcić nas także twórca – jego atrakcyjny wygląd i charyzmatyczna osobowość, która sprzyja utrzymaniu się zainteresowania widzów.

Zaprezentowane w tym tekście badania wskazują ponadto na psychologiczne oraz społeczne wymiary analizowanych trendów. W obu przypadkach możemy traktować je jako formę kompensacji, substytutu czynności, których z różnych względów nie jesteśmy w stanie wykonać: wspólnego jedzenia bądź w ogóle zjedzenia konkretnej potrawy, bycia z kimś, rozmowy. Tym samym zarówno podjęcie się owych praktyk, jak i ich odbiór staje się sposobem na zaspokojenie określonych potrzeb: przynależności, akceptacji, doznania intensywnych wrażeń, zobaczenia czegoś innego, na co dzień niespotykanego. Wskazane czynniki uznać można za te, które motywują twórców do publikowania omawianych nagrań, a odbiorców – do ich oglądania. Zaprezentowane pragnienia mają ponadto uniwersalne, a nawet – jak w przypadku potrzeby akceptacji i przynależności – elementarne znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania każdego człowieka. Wielu z nas ciekawi również to, co inne, niecodzienne, trudne do osiągnięcia. Tworzenie oraz odbiór nagrań typu *mukbang* i *food challenge*, które mogą choćby częściowo zaspokoić owe pragnienia, sprzyja ich adaptacji, popularyzacji i fascynacji nimi przedstawicieli różnych kultur.

Oprócz korzyści płynących z nagrywania i oglądania prezentowanych trendów należy zasygnalizować także ich możliwe negatywne oddziaływanie. Wyniki przeprowadzonych analiz wykazały niepokojąco niewielką świadomość odbiorców *mukbangu* i *food challenge* na temat zagrożeń dla zdrowia i życia, które może nieść ze sobą nadmierne spożywanie niezdrowej żywności czy jak najszybsze konsumowanie znacznej ilości jedzenia. Szansy na poprawę tego stanu rzeczy upatruję w edukacji medialnej skierowanej przede wszystkim do najmłodszych użytkowników internetu, dopiero zdobywających wiedzę ogólną. Rola nauczycieli, wykładowców, rodziców, a także samych youtuberów polegałaby w tym wypadku na kształtowaniu wśród młodych ludzi świadomego odbioru treści medialnych oraz umiejętności rozsądnej oceny wartości i wiarygodności danego przekazu.

Omawiane w tym tekście zjawiska *mukbang* i *food challenge* są trendami, na których popularność wpłynęło (i wpływa) wiele czynników. Dalsza obserwacja tych praktyk z pewnością pozwoli dokładniej przyjrzeć się zarówno oddziaływaniu, jak i możliwym zmianom, które te zjawiska mogą wywoływać w życiu twórców, ich obserwatorów oraz w kulturze.

Bibliografia

- Abbots, Emma-Jayne and Attala, Lucci (2017). It's not what you eat but how and that you eat: Social media, counter-discourses and disciplined ingestion among amateur competitive eaters. *Geoforum*, 84, 1–41.
- About Major League Eating, [online]. Majorleagueeating.com. Access: <https://majorleagueeating.com/about> [15.06.2020].
- Ackerman, Diane (1994). *Historia naturalna zmysłów*. Tłum. Krystyna Chmielowa. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Anjani, Laurensia; Oehlberg, Lora; Mok, Terrance; Tang, Anthony and Goh, Wooi Boon (2020). Why do people watch others eat? An empirical study on the practices of mukbang viewers, [online]. Hcitang.github.io. Access: <http://hcitang.org/papers/2020-chi2020-mukbang.pdf> [20.06.2020].
- Bitsky, Leah (2017). *Eating contests are way more dangerous than you think*, [online]. Nypost.com. Access: <https://nypost.com/2017/04/10/the-scary-truth-about-eating-contests> [15.06.2021].
- Choe, Hanwool (2019). Eating together multimodally: Collaborative eating in mukbang, a Korean livestream of eating. *Language in Society*, 48, 1–38.
- Choi, Zach (2019). *Asmr nuclear fire stretchy cheese & chicken wings mukbang (No Talking) cooking & heating sounds*. YouTube.com. Access: <https://www.youtube.com/watch?v=em1FW2FjaCM&t=133s> [23.06.2020].
- Cyrek, Barbara (2020). YouTube jako serwis społecznościowy – w stronę klasyfikacji witryny. *Zarządzanie Mediami*, 8(2), 119–136.
- Domańska, Ewa (2010). Jakiej metodologii potrzebuje współczesna humanistyka? *Teksty Drugie*, 1–2, 45–55.
- Hong, Seok-Kyeong and Park, Sojeong (2017). Internet Mukbang (Foodcasting) in South Korea. In: Eleá, Ilana and Lothar, Mikos (eds.). *Young & Creative: Digital Technologies Empowering Children in Everyday Life*. Gothenburg: Nordicom, 111–123.
- Huk, Tomasz (2014). *Pedagogika medialna. Aspekty społeczne, kulturowe i edukacyjne*. Kraków–Katowice: Impuls.
- HunnieBee ASMR (2020). *ASMR most popular food at McDonald's big mac, oreo mcflurry, nuggets, chicken, Sandwich, fries mukbang*. YouTube.com. Access: <https://www.youtube.com/watch?v=VM21y7nJW1g> [23.06.2020].
- IIFYM Chef (2017). *Wpadka na diecie! 10.000 kcal challenge epic cheat fail*. YouTube.com. Dostęp: <https://www.youtube.com/watch?v=3SZ14dFyS0g&t=896s> [26.06.2020].
- IIFYM Chef (2019). *Koło fortuny decyduje o tym ile zjem z Mcdonalds! *epic cheat day**. Dostęp: https://www.youtube.com/watch?v=_URQ9_CMs3c [19.06.2020].
- IIFYM. *Na czym polega dieta IIFYM? Czy IIFYM dieta jest zdrowa i naprawdę działa?* (2019), [online]. Myfitnessgazeta.pl. Dostęp: <https://myfitness.gazeta.pl/myfitness/7,166737,24664495,iifym-na-czym-polega-dieta-iifym-czy-iifym-dieta-jest-zdrowa.html> [14.06.2020].
- IIFYM Chef (2020). *Człowiek vs 8 kg galaretki! Jelly challenge*. YouTube.com. Dostęp: <https://www.youtube.com/watch?v=eAdQx6QdYow&t=81s> [22.06.2020].
- Józefik, Barbara (2014). *Kultura, ciało, (nie)jedzenie, terapia. Perspektywa narracyjno-konstrukcjonistyczna w zaburzeniach odżywiania*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Kang, EunKyo; Lee, Jihye; Kim, Kyae Hyung and Yun, Young Ho (2020). The popularity of eating broadcast: Content analysis of „mukbang” YouTube videos, media coverage and the health impact of „mukbang” on public. *Health Informatics Journal*, 26(3), 2237–2248.
- Kircaburn, Kagan; Savci, Mustafa; Emirtekin, Emrah and Griffiths, Mark D. (2021). The role of perceived feelings of presence and escapism in problematic mukbang watching among emerging adult mukbang watchers, [online]. *Journal of Concurrent Disorders*. Access: http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/42861/1/1438467_Griffiths.pdf [13.09.2021].
- Kircaburn, Kagan; Yurdagül, Cemil; Kuss, Daria; Emirtekin, Emrah and Griffiths, Mark D. (2020). Problematic Mukbang Watching and Its Relationship to Disordered Eating and Internet Addiction: A Pilot Study Among Emerging Adult Mukbang Watchers, [online]. *International Journal of Mental Health and Addiction*. Access: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11469-020-00309-w.pdf> [13.09.2021].

- Kotowski, Bartłomiej (2008). E-zabawy na granicy świata rzeczywistego i światów wirtualnych. *Zabawy i Zabawki. Studia Antropologiczne (Plays and Toys. Studies in Anthropology)*, XVI, 95–120.
- Kuligowski, Waldemar (2018). Zgnily pochrzyn i święte psy. Kształtowanie się antropologicznej refleksji nad jedzeniem jako praktyką kulturową. W: Kowalczyk, Bartosz; Łuszczkiewicz, Piotr; Walczak, Karol i in. (red.). *Moda na gotowanie. Medialne i kulinarne wizerunki jedzenia*. Poznań–Kalisz: Silva Rerum, 13–29.
- Lupton, Deborah (2020). *Carnavalesque food videos: excess, gender and affect on YouTube*, [online]. Researchgate.net. Access: https://www.researchgate.net/publication/331545260_Carnavalesque_Food_Videos_Excess_Gender_and_Affect_on_YouTube [13.09.2021].
- Łapińska, Joanna (2019). O zmysłowych przygodach w ASMR z perspektywy posthumanizmu. *The Polish Journal of the Arts and Culture. New Series*, 2, 75–90.
- Łeńska-Bąk, Katarzyna (2010). *O pokarmach, smakach i utraconych znaczeniach. Historia kultury sub speciaie culinaria*. Opole: Wydawnictwo UO.
- Michalik, Katarzyna (2018). *Od kilku minut oglądasz film, na którym ktoś miesza farby albo tnie mydło? ASMR to „orgazm umysłu”*, [online]. Natemat.pl. Dostęp: <https://natemat.pl/229643,asmr-wywoluje-dreszcze-i-daje-przyjemnosc-ktora-porownuje-sie-do-orgazmu> [03.07.2020].
- Oleksiuk, Marlena (2021). Koreańska fala, czyli wpływ i rozprzestrzenianie się kultury koreańskiej w krajach europejskich i amerykańskich. *Gdańskie Studia Azji Wschodniej*, 19, 209–218.
- Rybak, Mariusz (2012). Powiedz mi co jesz, a powiem ci kim jesteś. *Studia Humanistyczne AGH*, 3, 211–215.
- Stonie, Matt (2017). *203 Chips Ahoy Challenge (12,800 Calories)*. YouTube.com. Access: <https://www.youtube.com/watch?v=VxE7Fi6jH54> [02.07.2020].
- Stonie, Matt (2017). *50 Scrambled Egg Challenge*. YouTube.com. Access: <https://www.youtube.com/watch?v=JL4PQVMaPE8&t=446s> [24.06.2020].
- Stonie, Matt (2017). *Nutella Challenge*. YouTube.com. Access: https://www.youtube.com/watch?v=na2XWHa_g6k&t=113s [10.07.2020].
- Stonie, Matt (2018). *Dunkin Donuts 10.000(+) Calorie Challenge*. YouTube.com. Access: <https://www.youtube.com/watch?v=5E40mf0MNb0&t=18s> [09.07.2020].
- Stonie, Matt (2018). *Epic Chili Cheese Fries!! (10,120 Calories)*. YouTube.com. Access: <https://www.youtube.com/watch?v=gok-gkH4bwA&t=20s> [23.06.2020].
- Sztandara, Magdalena (2007). Jeść oczami. O pokarmach na fotografii. W: Łeńska-Bąk, Katarzyna (red.). *Pokarmy i jedzenie w kulturze. Tabu, dieta, symbol*. Opole: Wydawnictwo UO, 383–394.
- Thompson, John B. (2001). *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*. Tłum. Izabela Mielnik. Wrocław: Astrum.
- Tomaszewska-Bolałek, Magdalena (2015). *Tradycje kulinarne Korei*. Warszawa: Hanami.
- Żaglewski, Tomasz (2011). Dzień z życia Ziemi, czyli YouTube jako cyberkultura. *Przegląd Kulturoznawczy*, 1(9), 90–108.

Wykaz odwiedzanych profili:

HunniBee ASMR
IIFYM Chef
Matt Stonie
Zach Choi ASMR

Streszczenie

W artykule podjęto temat popularności internetowych trendów dotyczących jedzenia. Są nimi *mukbang* i *food challenge*. Celem tekstu jest zaprezentowanie tych praktyk oraz wskazanie możliwych przyczyn dużego nimi zainteresowania. Autorka analizuje potencjalne motywy twórców realizujących te trendy, ale większą uwagę poświęca odbiorcom, próbując dociec, co powoduje, że oglądają tego typu treści. Badania zawarte w tekście obejmują studia przypadków popularnych materiałów typu *mukbang* i *food challenge* umieszczonych w serwisie YouTube, a także relacji pomiędzy filmami a specyfiką platformy oraz kultury, w której funkcjonują.

Mukbang and food challenge – about eating on YouTube

Summary

This article explores the popularity of two online food trends: *mukbang* and *food challenge*. The text aims to present these practices and show the possible reasons for the huge interest in them. The author analyses the potential motives of the creators that may induce them to follow these trends but pays more attention to the viewers' position, trying to find out what attracts them to view this type of content. The research included in the text includes case studies of popular *mukbang* and *food challenge* materials posted on YouTube and the relationship between films and the specificity of the platform and culture in which they operate.

Tomasz Poborca

ORCID: 0000-0001-5560-0677

Uniwersytet Łódzki

Hipoteza postmodernistycznego obrazu

Słowa kluczowe: postmodernizm, neobarok, narracja filmowa, film-gra, kino francuskie
Keywords: postmodernism, neo-Baroque, film narration, mind-game film, French Cinema

Zauważyliśmy, że postmodernizm w pewien sposób powiela, odtwarza – wzmacnia – logikę konsumpcyjnego kapitalizmu; dużo ważniejsze jest pytanie, czy w jakiś sposób logice tej stawia opór?

Jameson, 1996, s. 213

Oto odpowiedź: wypowiedzmy wojnę całości, bądźmy świadkami nieprzedstawialnego, prowadźmy ku poróżnieniom, ocalmy honor imienia

Liotard, 1996, s. 61

Niełatwe zadanie stoi przed autorem pochylającym się nad zagadnieniem postmodernizmu w kinie, naukowa rzetelność wymaga bowiem jeśli nie precyzyjnej definicji tegoż terminu, to chociaż zarysowania jego ram – co brzmi przewrotnie, biorąc pod uwagę omawiane w dalszej części filmy: *Kontrakt rysownika* (*The Draughtsman's Contract*, reż. Peter Greenaway, 1982) i *Hipotezę skradzionego obrazu* (*L'Hypothèse du tableau volé*, reż. Raúl Ruiz, 1979). Uwaga na temat polisemii, tak charakterystycznej przecież dla ponowoczesności, zakrawa na banał i dowodzi tego, że po trzech dekadach od publikacji *Postmodernizmu i społeczeństwa konsumpcyjnego* Frederica Jamesona pojęcie postmodernizmu nadal „nie jest dziś ani powszechnie akceptowane, ani nawet rozumiane” (Jameson, 1996, s. 190). Chociaż Jameson wskazywał na nieznanomość przynależących do postmodernistycznego nurtu dzieł jako przyczynę tego stanu rzeczy, taka konstatacja obecnie – dawno po schyłku omawianego zjawiska – się nie broni. Słusznie natomiast problematyzuje kategoryzację utworów postmodernistycznych, której łatwiej dokonywać *ex post* niż według stałego manifestu i zestawu reguł, które nie istnieją i zaistnieć nie mogą. Jak pisze Jameson (1996, s. 191):

Form postmodernizmu będzie tyle, ile było ustabilizowanych form modernizmu klasycznego, ponieważ te pierwsze w swoich wyjściowych i lokalnych przejawach są zaprzeczeniem tamtych modeli. Rzecz jasna, w niczym nie ułatwia to opisanie postmodernizmu jako zjawiska spójnego, skoro jedność tego nowego impulsu – jeżeli taka jedność w ogóle istnieje – nie jest dana wprost, lecz skrywa się właśnie w modernizmie wypieranym przez postmodernizm.

Biorąc pod uwagę trudności z definicją samego modernizmu, sprawa komplikuje się na wzór stale rosnącego labiryntu, którego żywoplot przyozdabia się w kolejne kłacza, czy też walki z mityczną hydrą – zadowoleni z konstrukcji pewnego opisu stajemy przed potrzebą obrony go z dwóch kolejnych stron. Jest to potrzeba fałszywa, czego świadomość jest tak naprawdę najistotniejszym dokonaniem postmodernistycznej myśli filozoficznej lub teorii, jeśli przyjmie się śmierć wszelkiej filozofii za dokonaną¹. Pluralizm prawdy, odejście od wielkich narracji oraz odrzucenie dogmatycznych konstruktów Rozumu, Człowieka i Postępu stają się kluczowymi czynnikami w ratowaniu sztuki przed jej klęską – przed „uwięzieniem w przeszłości” (Jameson, 1996, s. 197). Tylko w tym duchu można w ogóle przyjąć próby przeniesienia postmodernistycznej teorii na grunt kina – pełne paradoksów i sprzeczności.

Jako jedną z głównych cech postmodernistycznej estetyki Jameson wymienia „rozmycie wcześniejszego rozróżnienia na kulturę wysoką i tak zwaną kulturę popularną” (Jameson, 1996, s. 192). Trudno w tym świetle, z pełną powagą, zaakceptować propozycję Arkadiusza Lewickiego, dzielącego nurt postmodernistyczny w kinie na: wysoki, właściwy i popularny (zob. Lewicki, 2007, s. 110–169). Sposób, w jaki autor *Sztucznych światów* dokonuje rozróżnienia, tylko wtedy jest do przyjęcia, gdy odrzucimy potrzebę racjonalnej totalizacji i skupimy się na pragmatycznym wymiarze owego podziału.

Jameson proponuje również, by na historię *per se* spojrzeć jak na konstrukcję martwą. Nie kieruje się jednak heglowską dialektyką i teleologią, która prowadzi Francisa Fukuyamę do zupełnie innych wniosków², ale stara się uwypuklić zjawisko „zaniku poczucia historii”, odnoszące się do szerszych zagadnień epistemologicznych: „Oto cały nasz współczesny system społeczny zaczął stopniowo tracić zdolność przechowywania przeszłości, żyjąc w wiecznej terażniejszości i wiecznej zmianie, wymazującej wszystkie te rodzaje tradycji, które wcześniejsze formacje społeczne musiały w taki czy inny sposób ochraniać” (Jameson, 1996, s. 212).

W tej tendencji Jameson upatruje źródła wykorzystania pastiszu w estetyce postmodernistycznych dzieł sztuki. Skoro „innowacja stylistyczna jest niemożliwa, pozostało jedynie naśladować martwe style, zakładać językowe maski,

¹ Takiej konstatacji sprzeciwia się Stefan Morawski, szukając – i nie znajdując – w dekonstruktywistycznych metodach czołowych myślicieli postmodernistycznych jakichś pozytywnych wniosków, wynikających z doprowadzenia filozofii do granic jej aporii (zob. Morawski, 1996, s. 81–102).

² Fukuyama, na fali upadków autorytarnych i zbrodniczych reżimów, przekonuje o istnieniu historii uniwersalnej, która cechuje się celowością, a jej finalnym etapem mają być liberalne demokracje i – przeciwnie do postulatów Marksa – kapitalizm (zob. Fukuyama, 2017, s. 27–41).

mówić głosami z muzeum wyobraźni” (Jameson, 1996, s. 197). Prowadzi go to do raczej pesymistycznych wniosków, jeśli przyjąć wszechobecną nostalgię utworów filmowych za niepożądaną – z punktu widzenia artystycznego – przez dzisiejsze kino głównego nurtu. Stąd pytanie o możliwość wykorzystania tego rodzaju poetyki do celów kontestacyjnych – nie tylko pokazać, oddać swoją formą ów kres, do którego doszła lub zmierza ludzkość, ale zmanifestować nią otaczającą sztuczność kapitalistycznego porządku.

Istotne w tej dyskusji na temat czysto filozoficznego kina postmodernistycznego jest wypowiedzenie wojny totalizmowi, co robi Lyotard, oraz wskazanie zupełnie innej od Jamesonowskiej drogi przyswojenia postmodernizmu przez kino. Mary Alemany-Galway (2008, s. 117) wskazuje na „dwa główne nurty obecne w postmodernistycznej teorii i praktyce: jeden związany z pracą Derridy i drugi z Jamesonem”³. To pierwszemu z nich przyznaje palmę pierwszeństwa w kwestii potencjału do „uświadamiania widowni, że one [stare style i formy narracji – T.P.] są jedynie konstrukcjami rzeczywistości, a nie rzeczywistością samą w sobie” (Alemany-Galway, 2008, s. 117). Amerykański teoretyk również daje wyraz świadomości tego zjawiska, pisząc o nim w kontekście autonomiczności podmiotu: „Nie chodzi o to, że jednostkowy, mieszczański podmiot należy do przeszłości. On jest mitem. On w ogóle nigdy nie istniał; nigdy nie było autonomicznych podmiotów tego rodzaju. Ów konstrukt jest po prostu filozoficzną i kulturową mistyfikacją, wynalezioną po to, by wmawiać ludziom, że »mają« własną podmiotowość i niepowtarzalną, osobową tożsamość” (Jameson, 1996, s. 196).

Przy tak opisanym podmiocie i podważeniu możliwości obiektywnego opisu rzeczywistości należy się zastanowić, czy nadal aktualne są słowa Rolanda Barthes’a o narodzinach czytelnika, które „należy przypłacić śmiercią Autora” (Barthes, 1999, s. 251) – czy przypadkiem nie jest tak, że „rozszyfrowanie tekstu stanie się kompletnie bezużyteczne” (Barthes, 1999, s. 250), niezależnie od tego, który z tych dwóch podmiotów umrze.

Niejako odpowiadając na pytanie wieńczące *Postmodernizm i społeczeństwo konsumpcyjne*, Alemany-Galway (2008, s. 117) kontynuuje: „To właśnie świadomość sztuczności fikcyjnych rzeczywistości jest czynnikiem, który, łącząc pastisz dzieł popularnych z poststrukturalistycznymi/postmodernistycznymi formami narracji, podaje w wątpliwość jakąkolwiek strukturę rzeczywistości jako jedyną słuszną”.

Posługując się terminologią zaproponowaną przez Andrzeja Zalewskiego w *Strategicznej dezorientacji*, chciałbym zwrócić uwagę na rolę technik nieprzedmiotowych, a w szczególności narracyjnych (zob. Zalewski, 1998a, s. 14–39), jako najważniejszego narzędzia poststrukturalistycznej odmiany kina, szerzej określanego mianem postmodernistycznego. W tym celu przyjrę się utworom, które Lewicki wpisuje, lub wpisałby, w nurt postmodernizmu wysokiego (modernistycznego), a sam Zalewski – w nurt innowacyjny.

³ Jeżeli nie jest to zaznaczone inaczej w bibliografii, cytowane fragmenty literatury w języku obcym zostały przetłumaczone przez autora artykułu.

Trzeba w tym miejscu zaznaczyć, że oba tytuły bywają zaliczane do kręgu sztuki klasycznego modernizmu i nie jest moim celem udowadnianie całkowitej słuszności sądu przeciwnego, ale płynna analiza i fenomenologiczna próba odnalezienia esencji owych dzieł w ich warstwach narracyjnych. Już Jameson (1996, s. 209) zauważył przecież, że „wszystkie cechy, które wymieniliśmy, nie są niczym nowym, ponieważ charakteryzowały w obfitości modernizm właściwy”. Wskazuje jednak, że moment, w którym „Joyce i Picasso nie tylko przestali być uważani za odpychających dziwaków, [ale – T.P.] stali się klasykami” (Jameson, 1996, s. 211), nadszedł, gdy owe cechy przestały być „drugorzędnymi albo mało ważnymi cechami sztuki modernistycznej, raczej peryferyjnymi niż centralnymi” (Jameson, 1996, s. 210) i „stały się one naczelnymi cechami wytwórczości kulturowej” (Jameson, 1996). Tendencję tę podkreśla również Zalewski (1998a, s. 40): „Dopiero postmodernizm fabularny w swym innowacyjnym nurcie przesunął dezorientację z poziomu techniki na poziom strategii i doprowadził tą drogą znaczenie tekstu filmowego do stanu destrukcji”.

Niemniej jednak rola tych oryginalnych form narracji, które stanowiły margines w okresie rozkwitu filmowego modernizmu – wyłania się jako kluczowa dla ukonstytuowania się odmiany postmodernizmu, gdzie przedrostek „post” oznacza kontynuację i nadbudowę. Temu przekonaniu wtóruje Alemany-Galway w *Postmodernism and the French New Novel: The Influence of Last Year at Marienbad on The Draughtsman’s Contract*:

Upieram się, że *Marienbad*, mimo iż zazwyczaj kojarzony z kinem modernistycznym, jest dziełem przełomowym dla rozwinięcia się kina postmodernistycznego/poststrukturalistycznego. Jego innowacyjne strategie narracyjne są zaczerpnięte bezpośrednio z przedstawicieli kierunku *nouveau roman*, który przez wielu krytyków literackich i kilku jego autorów był opisywany, jako punkt zwrotny między modernizmem a postmodernizmem (Alemany-Galway, 2008, s. 115).

Fundamentalną postacią tej transformacji wydaje się nie tyle Alain Resnais, co jego imiennik – Alain Robbe-Grillet, autor scenariusza do *Zeszłego roku w Marienbadzie* (*L’année dernière à Marienbad*, reż. Alain Resnais, 1961) i reżyser wielu znakomitych dzieł, które wypełniają lukę między badanymi prądami. W *Człowieku, który kłamie* (*L’homme qui ment*, reż. Alain Robbe-Grillet, 1968) główny bohater manipuluje obywatelami wsi, ale także sam autor manipuluje kinowym widzem za pomocą wykluczających się wypowiedzi i wielowariantowych przedstawień tego samego wydarzenia, tworzących współistniejące, lecz nie „współmożliwe”⁴, wersje rzeczywistości. Grą z odbiorcami, opierającą swoje zasady na sprzecznych informacjach zapisanych na ścieżce dźwiękowej i wizualnej, charakteryzują się wszystkie filmy Francuza. Środki stylistyczne, którymi posługuje się jako reżyser, są jednak rozwinięciem estetyki zaproponowanej przez Resnais’go, który burzył, dekonstruował i transfigurował rzeczywistość przedstawianą na ekranie, a co za tym idzie – także sposób percepcji rzeczy-

⁴ Więcej na temat tego filmu i swoistego augustianizmu w spojrzeniu Alaina Robbe-Grilleta na kwestię reprezentacji czasu za pomocą obrazów pisze Gilles Deleuze w drugiej części *Kina*, zatytułowanej *Obraz-czas* (zob. Deleuze, 2008, s. 326).

wistości pozakinowej⁵. Zalewski nazywa te techniki narracyjnymi technikami dezorientacji, które mają za zadanie wydobyć na jaw sam akt narracji przez zwrócenie uwagi na fikcyjność porządku opowiadania. Alemány-Galway także stara się uchwycić owe strategie, wymieniając: „autorefleksyjność, seryjność/powtarzalność, prezentowanie nierozwiązywalnych zagadek i oferowanie wielości znaczeń, czasem wykluczających się i zostawiających otwarte pole do interpretacji” (Alemány-Galway, 2008, s. 116). Autorka przywołuje, jako elementarną, także technikę *mise-en-abyme*, która oznacza poetykę niekończącej się multiplikacji obrazu i zawierania się jednego obrazu w drugim.

Neobarokowa gra w ramy

Cristina Degli-Esposti Reinert (2008, s. 51) w *Neo-Baroque Imaging in Peter Greenaway's Cinema* wskazuje, że „historyczny barok oddawał się samoświadomej grze ciągłej zmiany perspektyw – czynności, którą zdążyliśmy przypisać jako charakterystyczną dla postmodernizmu” i łączyć przepych barokowej i neobarokowej sztuki, a także okresów przejściowych, z pluralizmem poststrukturalizmu. Tym samym nie dziwi zbieżność strategii wymienianych przez Alemány-Galway w kontekście filmowej narracji z tymi, które przytacza Degli-Esposti Reinert jako typowymi dla baroku: „pycha, manieryzm, powtórzenie, parodia, satyra, menippea, intertekstualność, lustrzane odbicie, *trompe l'oeil*, labirynt, karnawalizacja, mutacje, teatralność, zniekształcenie, zaprzeczenie, kruchość, nieporządek, chaos, detal, i fragment” (Degli-Esposti Reinert, 2008, s. 52). Chociaż kulturowa świadomość, szczególnie wśród cywilizacji Zachodu, każe szukać reprezentacji powyższych wzorców w plastycznych dziełach sztuki – rzeźbie, architekturze, malarstwie, a Zalewski mógłby się nimi posłużyć, opisując demonstracyjne techniki dezorientacji, nietrudno je przełożyć na język opowiadania historii. Mówiąc o narracji neobarokowej, będziemy mieli na myśli po prostu narrację postmodernistyczną, która świadomie błądzi, nawarstwia się, dekonstruuje i uniemożliwia jednoznaczne sądy na temat „realizmu” przedstawienia i realizmu w ogóle. Dominantą takiej narracji jest próba wciągnięcia odbiorcy w nieustanną grę, w której celem jest odróżnienie prawdy od fałszu. Różnicą, która wyznaczałaby pewnego rodzaju cezurę między modernistyczną i postmodernistyczną odmianą zabawy, jest w pierwszym przypadku wiara w osiągnięcie tego celu, w drugim – ujawnienie fałszywych mechanizmów samej gry, a więc i niemożności dojścia do jednej prawdy.

Wbrew pozorom nie ma aż tylu reżyserów/reżyserek, którzy/które jednoznacznie – bez wzbudzania jakiegokolwiek sprzeciwu – kojarzeni/kojarzone są w środowisku filmowym z nurtem postmodernizmu i których dzieła

⁵ W kontekście sztuki postmodernistycznej, która oddala się od poznawczego mimetyzmu i podąża w kierunku „gry pojęciowej wyzbytej dążeń do wszelkiego naśladowania rzeczywistości”, oraz analogicznych – za Lyotardem – rolę artysty i filozofa, twórczość Alaina Resnais'go przywołuje również Tadeusz Miczka (zob. Miczka, 1992, s. 38).

wpisująby się, za Lewickim, do kanonu postmodernizmu wysokiego. Zamykaniu w owych ramach nie sprzyja multiplikacja systemów teoretycznych, a także, może nawet przede wszystkim, niechęć wielu twórców do bycia szufladkowanym w ten sposób. Jeśli postmodernizm w powszechnym rozumieniu kojarzy się wyłącznie z pastiszem i recyklingiem treści, to trudno mieć pretensje do bardziej ambitnych autorów o pozostanie w szeregu nieokreśloności. Przyjęło się jednak, że dorobek Petera Greenawaya świetnie wpisuje się w tę kategorię i w naukowym dyskursie przywołuje się jego utwory jako emblematyczne. Wykorzystując ten fakt, można posłużyć się przykładem *Kontraktu rysownika*, by jeszcze raz wspomnieć o koncepcie postmodernistycznej narracji oraz „gry w realizm” z widzem i pomiędzy bohaterami diegezy.

Pełnometrażowy debiut fabularny Brytyjczyka nosi znamiona zgrabnej syntezy narracyjnego ukłonu w stronę szerszej widowni (wykorzystanie formatu zagadki kryminalnej) i wcześniejszych eksperymentalnych filmów krótkometrażowych, w których przejawiały się: niezwykła, absurdalna wręcz, skłonność do lingwistycznych gier i zabaw, a także ekstremalny fetysz katalogowania. Ekranizowana historia rozpoczyna się, gdy u schyłku XVII wieku w angielskim pałacyku pojawia się Pan Neville, tytułowy rysownik, i najęty zostaje przez panią domu do zrealizowania dwunastu szkiców posiadłości, które mają być prezentem dla nieobecnego pana domu. Pikanterii dodaje fakt, że tytułowy dokument zawiera klauzulę pozwalającą mężczyźnie na zaspokajanie swoich erotycznych potrzeb i wykorzystanie do tego ciała drugiej strony umowy.

Pedantyczność głównego bohatera, naiwność wobec otaczających go graczy, a przede wszystkim jego arogancka wiara w renesansową perspektywę geometryczną, jako narzędzia zdolnego do oddania rzeczywistości, stają się jego zgubą. Jak słusznie wskazuje Magdalena Strojna, ta perspektywa i velum – wierny rekwizyt protagonisty – nie są „technicznym sposobem uzyskania podobizn ludzi czy przedmiotów, lecz raczej metodą budowania niewzruszonego, przestrzennie jednolitego świata” (Strojna, 2004, s. 81). Zaufanie, jakim Neville darzy swoje zdolności rejestracyjne i umożliwiające je zdobycze techniczne poprzedników, nie tylko pozwala podmiotom z zewnątrz na ingerencję w jego „okno na świat” – jak opisałby to Alberti, lecz także pozostawia go nieczulego, czy wręcz ślepego na wszystko, co znajduje się poza ramą. „Artysta, zmierzając ku prawdzie przedstawienia, której gwarancją miało być użycie przyrządu perspektywicznego, nie zastanawia się nad tym, w jaki sposób uobecnić rzeczywistość w przedstawieniu, ale raczej, jak osiągnąć rzeczywistość w swoim przedstawieniu” (Strojna, 2004, s. 81). Tymczasem, tak jak ptaki, które przelatują nieubłaganie przez szkicowany z pieczołowitością krajobraz, tak sprytnie kobiety bezwzględnie wykorzystują słabość mężczyzny i popychają go w kierunku budowania sobie gilotyny.

Gra w *Kontrakcie rysownika* odbywa się nie tylko między bohaterami. Konsekwentna aranżacja *mise-en-page*, którą wypełniają kolejne ramy, wliczając w to ramę kadru, a także ramę przynależącą do dyspozytywu w sytuacji odbiorczej, jest niczym innym jak zaproszeniem widza do symultanicznego wytyczania granic i burzenia ich – „wszystkie reguły odwracające logiczne rozumowanie są punktem wyjścia prowadzenia otwartej gry z rzeczywistością i gry z językiem”

(Miczka, 1992, s. 65). Świadomość tej płynności relacji między obiektami diegetycznymi a sposobem kadrowania jest celem samym w sobie. Reżyser chce wydobyć na powierzchnię fakt, iż także „kamera, niewidzialna maszyna, która udając, że jest maszyną ukazującą to, co widzialne, jest tymczasem maszyną, której mechaniczne ramy nic nie wytwarzają poza zasłonięciem stojącego za nimi ślepego artysty. Jednym ruchem, wybierając ujęcie, ukazuje i zasłania to, co poza nim” (Miczka, 1992, s. 88).

Idzie on jednak o krok dalej i posługuje się również ramą narracyjną, a więc w pewnym sensie abstrakcyjną, ponieważ za taką należałoby uznać ciągle przemieszczanie się rysownika wokół posiadłości zgodnie z ruchem słońca – motyw zaczerpnięty z wcześniejszego *D jak dom* (*H Is for House*, reż. Peter Greenaway, 1973). Ten ruch także jest pewnym sposobem kadrowania rzeczywistości i wybierania w danym czasie jedynie niewielkiego fragmentu do percypowania, co implikuje fragmentaryczność wiedzy o rzeczywistości, a dalej – impotencję ludzkiego rozumu w kwestii dojścia do bezosobowej prawdy.

Ewa Mazierska (1992, s. 27) zwraca uwagę na to, że „prawdy u niego [Greenawaya – T.P.] nie da się nigdzie i nigdy oddzielić od fałszu: są one jak dwa widoki tej samej rzeczy czy dwie strony jednej kartki. Takie spojrzenie zbliża go do twórczości Julia Cortazara, Jorge Luisa Borgesa (ulubionego pisarza reżysera) [...]”. Trudno się z nią jednak zgodzić, gdy pisze, że „ten, kto ogląda filmy Greenawaya, chce wiedzieć, co one znaczą, co naprawdę wydarzyło się ich bohaterom” (Mazierska, 1992, s. 34). Taki stosunek widza do jego utworów, w szczególności tych wczesnych, byłby równie naiwny jak stosunek Neville’a wobec dworskiej partii morderczych szachów, która ma miejsce poza zasięgiem jego wzroku.

Raúl Ruiz – intertekstualny pirat wód wysokich

Nie bez powodu przywołany zostaje Borges, bowiem jego twórczość stanowi jeden z wielu czynników łączących Greenawaya z filmografią Raúla Ruiza. Dostrzega to powiązanie także Michael Goddard: „[...] neobarokowa estetyka, także widoczna w utworach Jorge Luisa Borgesa i Witolda Gombrowicza, w których zabawa polega na całkowitym rozmyciu skomplikowanych barokowych struktur i pogrążeniu ich w chaosie, co dzieje się dokładnie pod koniec wielu filmów Ruiza, chociażby w *Hipotezie skradzionego obrazu*” (Goddard, 2013, s. 6).

Joanna Orzechowska (1981, s. 28) w wywiadzie z reżyserem wychodzi z podobną propozycją: „Znajduje się u pana także mnóstwo odwołań i cytatów z innych – Wellesa, Marcela Carne, Preveta, z prozy Marqueza, Borgesa [...] Czerpie pan także z popularnej powieści, z baroku hiszpańskiego i latynoamerykańskiego... Czyżby sprawdzał pan bagaż kulturowy widza?”

Argumentem za włączeniem Ruiza do dyskusji na temat filmu postmodernistycznego jest także uwaga Goddarda poświęcona *Wyspie skarbów* (*Treasure Island*, reż. Raúl Ruiz, 1985):

To w tym filmie Ruiz zbliża się najbardziej do idei piractwa, zawartych w postmodernistycznej prozie takich pisarzy jak Kathy Acker, których *modus operandi* było zasiedlanie wcześniej istniejących, anachronicznie fikcyjnych miejsc poprzez celowe akty plagiatu, by dekonstruować ich działanie i używać ich, jako narzędzi destabilizujących struktury płci, pożądania i podmiotowości. Nie oznacza to, że Ruiz był w jakiś sposób pod wpływem postmodernistycznych pisarzy, takich jak Acker; jest to raczej kwestia pokrewieństwa, co potwierdza późniejsza współpraca Ruiza z postmodernistyczną grupą performerską The Kitchen przy realizacji *Złotej łodzi* (1990), w którym również uczestniczyła Acker. Niemniej jednak, jeśli wiele filmów Ruiza z wczesnych lat osiemdziesiątych, i wcześniejszych, charakteryzowało się pastiszem i przeróbką znalezionych materiałów, w *Wyspie skarbów* osiąga to punkt kulminacyjny (Goddard, 2013, s. 83–84).

Mimo iż analiza *Hipotezy skradzionego obrazu* skupiać się będzie wokół zagadnień narracyjnych, warto zaznaczyć, że w wielu dziełach Chilijczyka przejawia się charakterystyczna dla postmodernizmu intertekstualność. W odpowiedzi na pytanie polskiej redaktorki autor przyznaje się do cytowania Wellesa, co szczególnie widoczne jest w *Trzech koronach marynarza* (*Les trois couronnes du matelot*, reż. Raúl Ruiz, 1983) – filmie opisywanym przez Andrzeja Kołodyńskiego jako „opowieść bez końca, ponieważ wciąż wyłaniają się z niej następne, tworząc zagmatwany trop prowadzący donikąd. Wszystko w tym filmie jest złudne, ale to część jego magii” (Kołodyński, 1986, s. 21). Istotnym aspektem, który skłaniałby do określenia sztuki Latynosa mianem postmodernistycznej, jest podejście do odbiorcy. Wbrew temu, co sugerowała Orzechowska, Ruiz nie uważa, aby jego „filmy były specjalnie trudne w odbiorze. Wystarczy postawa otwartości i chłonności” (cyt. za Orzechowska, 1981, s. 28). Obecnie największym wyzwaniem dla widza jest tak naprawdę jakość prezentowanej kopii, większość dzieł Ruiza z lat 80. pozostaje bowiem niedostępna lub krąży w obiegu kaset VHS, które nie oddają w należyty sposób warsztatu i zmysłu estetycznego twórcy. Można je bez najmniejszego problemu dostrzec w filmach odnowionych i poddanych cyfryzacji. Jednym z nich jest *Hipoteza skradzionego obrazu*, przy którym za stronę operatorską odpowiadał Sacha Vierny, a więc wieloletni partner Greenawaya.

Zarówno Ruiza, jak i Greenawaya, a w szczególności dwa omawiane tu szerzej obrazy, łączy znacznie więcej. Jak zauważają Ignacio López-Vicuña i Andreea Marinescu: „jego [Ruiza – T.P.] prace nigdy nie traktują siebie zbyt serio; są zawsze ukrytymi komediami, które adaptują manieryzm europejskiego kina autorskiego, ale również go niweczą, jak w *Hipotezie skradzionego obrazu*” (López-Vicuña i Marinescu, 2017, s. 8). Nienachalny komizm, który wynika raczej z absurdalności opisywanej dynamiki i świadomości prowadzonej wielopoziomowej gry niż z faktycznych gagów, ukrywa się w semantycznej warstwie domniemanej utworu – chciałoby się rzec, że znajduje się tam, gdzie leży skradziony obraz lub trzynasty szkic. Tam również spoczywa cel gier prowadzonych przez obu reżyserów – „by multiplikować narracyjne sekwencje, które odkrywają możliwość niesłychanej ilości form kinematograficznych narracji, nadal niewynalezionych, nadal nieopisanych. To forma wizualnej polisemii” (Ruiz, 1995, s. 111).

Zeszłego roku na wystawie – analiza *Hipotezy skradzionego obrazu*

W *Hipotezie skradzionego obrazu* wieloznaczeniowość i wielokodowość, podobnie jak w przypadku *Kontraktu rysownika*, pojawia się już na poziomie gatunku – jest to w pewnym sensie mariaż dokumentalnego filmu muzealnego z filmem detektywistycznym. Zagadkę kryminalną zastępuje tajemnica tytułowego dzieła, którego brak z jednej strony przeszkadza w interpretacji całości malarskiego zbioru, lecz z drugiej otwiera pole do niezliczonych wariacji i wymyślnych scenariuszy.

Film otwiera statyczne ujęcie ulicy wypełnionej po brzegi zaparkowanymi autami, na której krańcu szczyt fasady układa się w ząbkowany dekol. Gdyby skupić się na nim, co sugerują perspektywa geometryczna i linie diagonalne kompozycji, można go symbolicznie odczytać jako pewien wyłom w strukturze okolicznej architektury, ale też miejsce, w którym na gładkiej powierzchni ściany potrafi kiełkować życie – rośnie tam jedyne drzewo w sąsiedztwie. W odniesieniu do całego tekstu taka interpretacja wydaje się równie bezpodstawna, co racjonalistyczne bajdurzenie przewodnika po osobliwym muzeum, i należy raczej spojrzeć na to ujęcie jak na kolejną ramę – jej celem jest osadzenie akcji w pewnej rzeczywistości i zdystansowanie widza od słów, które padną później. Rola ujęcia otwierającego w całościowej strukturze utworu Ruiza jest podobna do podróży przez opuszczone studio filmowe w *Benilde ou a Virgem Mãe* (reż. Manoel de Oliveira, 1975) – zwraca uwagę na sztuczność następujących po niej wydarzeń⁶.

Główna część filmu, która charakteryzuje się względną jednością miejsca, czasu i akcji, to już wspomniana wycieczka po muzeum. Przewodnik wprowadza widza w świat obrazów niejakiego Tonnerre'a, prezentuje ich zagadkę i niecodzienny skandal, jakie wywołały, a którego nie sposób uzasadnić samą ich treścią. Tu warto zwrócić uwagę na pewną intertekstualną paralelę – autor obrazów, podobnie jak Neville w *Kontrakcie rysownika*, został oskarżony o rozpowszechnianie wiedzy o jakiejś nie do końca zidentyfikowanej ceremonii⁷ – oskarżony z powodu takiej, a nie innej interpretacji dzieł przez współczesne mu organy władzy. Obok przewodnika w filmie obecny jest niewidzialny narrator, którego umiejscowienie w świecie przedstawionym nastęrcza nie lada trudności. Chociaż wydaje się wchodzić w dyskusję z diegetycznym interlokutorem, co insynuują ujęcia zbliżone do punktu widzenia pierwszej osoby, ich faktyczna relacja nigdy nie jest ukonstytuowana w pełni – przewodnik zamyka za sobą drzwi, zasypia w fotelu i zachowuje się tak, jakby mówił do siebie. Chwilami manifestuje się także drugi niewidzialny narrator, który poprawia pierwszego, kiedy ten mówi o sześciu obrazach zamiast siedmiu. Osobliwa relacja między

⁶ Co ciekawe, oba filmy charakteryzuje też tryb detektywistyczny. Oliveira prezentuje widzom zagadkę zgoła odmienną, aczkolwiek nadal mistyczną – kto odpowiada za niepokalane poczęcie?

⁷ Wątek, który Ruiz będzie kontynuował chociażby w *Genealogii zbrodni* (*Généalogies d'un crime*, reż. Raúl Ruiz, 1997).

nimi a fizycznie obecnym w przestrzeni muzeum mężczyzną każe doszukiwać się analogii w takich dziełach jak *India Song* (reż. Marguerite Duras, 1975), w których status ontyczny narratorów jest trudny do określenia i nie można ich przypisać ani do konkretnego miejsca, ani do konkretnego czasu, a część ścieżki dźwiękowej należy traktować jako zupełnie autonomiczną.

Tajemnica wystawy tkwi w tytułowym skradzionym obrazie, który wedle teorii kustosa ma stanowić brakujące ogniwo w semantycznym łańcuchu dzieł, połączonych ze sobą wspólnym tematem lub metodą, których na pierwszy rzut oka „nie łączy nic, nawet styl”. Analogicznie do pozytywistycznej teorii języka Wittgensteina kolekcjoner-przewodnik twierdzi, że zebrane przez niego obrazy (*tableaux*) tworzą iluzję, natomiast rzeczywistość pokazać mogą tylko ich ożywione, namacalne wersje (*tableaux vivants*) – przełożenie ich na zrozumiałą, interpersonalny język. Narzędzie, którym się posługuje, jest techniką analogiczną do zastosowania velum w *Kontrakcie rysownika* – wytwarza sztuczne granice, wewnątrz których rzeczywistość jawi się jako niezmienny zbiór danych do analizy. Tym samym pokonuje, w jego mniemaniu, granicę ich fizycznych ram oraz ram perspektywy – ambicja, której utopijność i ułudę podkreśla Ruiz. Chilijczyk korzysta z rozwiązań *mise-en-abyme* już na poziomie rokokowej scenografii i dekoracji ściennych w stylu Ludwika XV, składających się w dużej mierze z kolejnych ram.

Translacja obrazów przez nadanie im trzeciego wymiaru⁸, jakiej z pomocą manekinów i aktorów dokonuje przewodnik, oraz sposób ich rozmieszczenia na terenie posiadłości są manierą analogiczną do projektowania i eksponowania ogrodów. Analizując *Kontrakt rysownika*, Piotr Bieńkowski zwraca uwagę, że: „Szczególnie dynamiczny rozwój sztuki ogrodowej symboliki nastąpił [...] w renesansie, kiedy to ogród zaczęto traktować jako odbicie samego człowieka w pełni świadomego i wyzwolonego. Nadawanie kształtu dzikiej i pozbawionej regularności przyrodzie traktowano jako gest zwycięstwa i pojednania rozumu z naturą” (Bieńkowski, 1998, s. 221).

Ornamentem, który do tej konstrukcji zaprosił barok, było „wprowadzenie elementu zaskoczenia, osłupienia i zaciekawienia wśród oprowadzanych po nim gości, a więc pewnego rodzaju gry z widzem” (Bieńkowski, 1998, s. 221). Pochylenie się nad aspektami narracyjnymi zazwyczaj charakteryzuje się teoretyzowaniem i traktowaniem dzieła w sposób holistyczny, co jest także zadaniem tej analizy, ale przytaczając ideę gry w kontekście plastycznym, należy przenieść ją na grunt omawianego filmu. Nieprzypadkowo prezentowane są – z wielką starannością – dwie wersje obrazów Tonnerre’a: namalowane na płótnie i ożywione przez kolekcjonera. Zabieg ten, podobnie jak rama otwierającego ujęcia i liczne zabawy lalkami (kolejna forma odtworzenia materiału źródłowego), ma za zadanie uświadomić widza i przekazać mu w miarę komunikatywnie wszelkie reguły gry. Z pozoru nieistotny detal okaże się decydujący w świetle finalnej

⁸ Praktyka, którą zapowiada jedno z pierwszych ujęć wewnątrz muzeum. Swobodnie przemierzająca się pomiędzy wystawionymi obrazami kamera skupia się na jednym z nich, by specyficznym ruchem półkolistym, jakby po łuku, nadać mu głębi – spojrzeć za prezentowane na płótnie postaci.

konkluzji na temat przynależności utworu do nurtu postmodernistycznego. Pod tym względem zdecydowanie bliżej mu do *Caravaggio* (reż. Derek Jarman, 1985) niż do *Pasji* (*Passion*, reż. Jean-Luc Godard, 1982) – oba filmy wykorzystują technikę *tableau vivant*, ale nadają jej zupełnie inny status ontyczny.

Pierwszą z muzealnych zagadek jest tajemnica dwóch naturalnych źródeł światła widzianych w obrazie, co przeczy wszelkim zasadom naturalizmu przedstawienia i, jak wskazuje sam kustosz, sugeruje istnienie dwóch słońc. Taki stan rzeczy kłóci się z racjonalną epistemologią, dlatego w dalszej części i kolejnym *tableau vivant* enigma zostaje prędko pozbawiona mistycyzmu. Opiekun zbiorów wyjaśnia bowiem, iż lustro obecne w odgrywanej w ogrodzie kompozycji z Dianą i Akteonem odbija światło słoneczne i kieruje je wprost w piwniczne okienko do komnaty, gdzie ma miejsce akcja uprzednio prezentowanego, lecz chronologicznie kolejnego obrazu. Podobnym tropem łączone są następne płótna – za każdym razem z zaskakującym, precyzyjnie zaprojektowanym i umiejscowionym rekwizytem lub gestem, wyjaśniającym współzależność sąsiadujących *tableaux*.

Subiektywna sygnatura owych przejść granicznych staje się szczególnie namacalna, kiedy alternatywne rozwiązania wyrażane są bezpośrednio przez samego kustosza, lecz odrzucane ze względu na ich domniemany charakter „spekulacyjny”. Czynnikiem, który legitymizuje jedyną słuszną teorię przewodnika, jest skradziony obraz, siódma część zbioru, której miejsce tak naprawdę sytuowane jest w jego środku. Na jaw wychodzą nie tylko proces racjonalizacji i totalizacji sensów oraz doszukiwanie się ich *ex post* w procesie detektywistycznym (zupełnie niczym ta analiza, próbująca umieścić dzieło Ruiza w zbiorze utworów postmodernistycznych), ale przede wszystkim argumentacja teleologiczna. Od zarania dziejów, od początków filozofii jedną z głównych przesłanek optujących za istnieniem Boga było przeświadczenie o tym, że świat tak skomplikowany, a jednocześnie tak uporządkowany musiał zostać zaprojektowany. Toteż cała podróż przez salony muzeum byłaby próbą zjednania autora obrazów z instancją boską albo jeszcze dalej – podstawienia za autora owego kustosza, a więc Barthes'owskiego czytelnika, gdyby nie wszystkie zabiegi ukazujące luki w takim rozumowaniu, w szczególności kwestia wiarygodności narratora.

O takiej instancji focalizującej pisał Jacek Ostaszewski w tekście *Narrator niewiarygodny w filmie fabularnym* i powołując się na teorię Wayne'a Booth'a (zob. Ostaszewski, 2010, s. 60), dowodził, iż taka struktura utworu systematycznie pogłębia pewien dystans między autorem tekstu a diegetycznym narratorem. Efektem utraty zaufania odbiorcy, którą ów dystans ma symbolizować, jest według Ostaszewskiego odejście od identyfikacji widza z instancją opowiadającą i jego przejście na stronę sporu, po której stoi sceptyczny wobec swego tworu autor. *Hipoteza skradzionego obrazu* przysparza jednak większych trudności, bowiem niewiarygodnych narratorów jest tutaj więcej niż jeden. W przypadku dzieła Ruiza bardziej adekwatne wydaje się posłużenie terminologią innego teoretyka: „Wprowadzenie narratora niewiarygodnego bywa czasami diagnozowane jako oznaka nihilizmu czy relatywizmu. Ze wszystkich jednak prób etykietowania wyjątkowo trafne wydaje się określenie Ronnyego

Bláßa: »sceptycyzm epistemologiczny«. Wprowadzenie do tkanki fikcji narratora niewiarygodnego oznacza zakwestionowanie statusu przedstawianej właśnie rzeczywistości” (Ostaszewski, 2010, s. 69).

Temu właśnie służą zabiegi opisane w *Hipotezie skradzionego obrazu*, jednak kwestionowanie rzeczywistości i niewiarygodność nie zatrzymują się na etapie podania w wątpliwość słów kustosza i głosu narratora. Chilijczyk idzie o krok dalej i, wykorzystując motyw ramy – tak jak u Greenawaya, zadaje pytania o możliwość przedstawienia obiektywnej prawdy w ogóle – również za pomocą medium kina, czyli kolejnej ramy, którą „można uważać za sztuczny zabieg interpretacyjny polegający na ograniczeniu przedmiotu przez wyznaczenie mu granic” (cyt. za Strojna, 2004, s. 76).

Hipoteza skradzionego obrazu jest też przejawem oryginalnej idei Ruiza, w którą immanentnie wpisane są pojęcia płynności, niekończącego się wyznaczania granic oraz subiektywnej, niezainteresowanej racjonalistyczną diagnozą interpretacji⁹, a mianowicie wiary w „ukryty film”, którą nosi w sobie każdy kinofil: „Przekonanie, że oglądamy lub kręcimy tylko jeden film zamienia się w każdym z nas w to: z filmu na film jesteśmy w pogoni za tajnym filmem – ukrytym, ponieważ jego pragnieniem jest pozostanie w cieniu. [...] Bez takiego sekretnego filmu nie istnieją w kinie jakiekolwiek emocje” (Ruiz, 1995, s. 110).

To zagadnienie, zahaczające o rejony psychoanalitycznej teorii filmu z jednej strony, a z drugiej o mistycyzm i filmowe *saudade*¹⁰, świetnie komponuje się z ostatnim obrazem przedstawianym przez kustosza. Okultystyczny finał podróży po gatunkach (dramat antyczny, dramat historyczny, XIX-wieczny romans, a także obraz składający się z intertekstualnych, trójosobowych kompozycji, nawiązujących do poprzednich dzieł) ze sporą dawką magicznego symbolizmu, dymiącymi trąbami i zwisającym z sufitu ciałem, które raz wprawione w ruch nie przestaje się kręcić, jest wyrazem pędu reżysera ku przedstawieniom wymykającym się klasycznym ograniczeniom – bliższym surrealizmowi lub realizmowi magicznemu. Ruiz nazywał je „koszmarami siesty” (fr. *cauchemars de sieste*) „o estetyce filmów Walta Disneya” (Goddard, 2013, s. 79).

Wielka wojna między Misterium i Ministerstwem

Wracając do problemu przypisania dzieła Ruiza do któregoś z nurtów, warto zwrócić uwagę na jeden z argumentów strony przeciwnej. Jeżeli coś ma stanąć na przeszkodzie zaklasyfikowaniu *Hipotezy skradzionego obrazu* jako dzieła postmodernistycznego, to paradoksalnie, przywoływana wcześniej, teoria

⁹ Opowiadając o koncepcji ukrytego filmu, Ruiz powołuje się na pewną legendę, według której każdy Portugalczyk posiada jakiś sekret – znany tylko sobie: „[...] na przykład wiedza na temat głębokości dziury w ścianie jakiegoś zapuszczonego budynku. Wszelkie działania tego człowieka jest zorganizowane wokół zazdrośnie strzeżonego sekretu” (zob. Ruiz, 1995, s. 110).

¹⁰ Pojęcie to należy rozumieć jako nostalgiczne wspomnienie filmu, który nie powstał, ale mógłby. Z tego terminu korzysta Ruiz, prezentując koncept ukrytego filmu (zob. Ruiz, 1995, s. 108).

Zalewskiego, który z kolei powtarza tezę Briana McHale'a „o zmianie dominanty kompozycyjnej z epistemologicznej na ontologiczną przy przejściu od powieści modernistycznej do postmodernistycznej” (Ostaszewski, 2010, s. 71). Zastosowania teorii w praktyce Zalewski dokonuje w analizie porównawczej w tekście *Imię Carmen i Dzikosć serca – dwa typy filmowej nieciągłości*, gdzie zarzuca Jean-Lucowi Godardowi, iż „jest epistemologiczny, wykreowana przezeń refleksyjna świadomość, nacechowana maniakalnym wręcz sceptycyzmem, chciałaby wessać i rozpuścić w sobie byt” (Zalewski, 1998b, s. 52).

Zalewski – niezależnie od intencji – celnie oddaje schemat płynnej narracji w filmie Godarda, która uchyla się od konstrukcji obiektywnych, a co za tym idzie, utrudnia identyfikację pojedynczego wątku jako inicjującego fabułę (zob. Zalewski, 1998b, s. 50). Pojęcie *histoire*, którym się posługuje, należy rozumieć jako ustanowienie pewnego *fabulem* – narracyjnej bazy, fundamentu ontycznego, który konstytuuje się m.in. z pomocą powtórzeń. Bez tak skonstruowanego źródła pierwotnego wszelkie wypaczenia, irracjonalne odejścia w bok od nieistniejącej normy, odrzeczywistnienia stają się dla odbiorcy zbyt ulotne – trudno zrozumieć ich relacje między sobą. Semantyczne środki stylistyczne zaczynają prowadzić ze sobą nieustającą bitwę. Żeglowanie między brzegami znaczonych i znaczących, za Małgorzatą Jakubowską (zob. Jakubowska, 2006, s. 13–37), przeistacza się w walkę o przetrwanie wśród wzburzonych fal: „Należy jednak przestrzec, że tępiona historia nie jest bynajmniej papierowym, bezkrwistym przeciwnikiem, z którym walka przychodziłaby łatwo [...] Manipulator, chciałby wyrzucić historię i skończyć z nią raz na zawsze; historia z kolei objawia niewyczerpaną wprost żywotność i skłonność do odradzania się w postaci zwartej” (Zalewski, 1998b, s. 50).

Różnica między dziełami Francuza z lat 80. a *Hipotezą skradzionego obrazu* została podkreślona już wcześniej, natomiast gdyby przyjąć dekonstruujące zabiegi Godarda za element tajemniczy i reakcję *histoire* (należałoby raczej powiedzieć o wyobrażonej reakcji odbiorcy filmowej treści próbującego odczytać jej kody) za czynnik porządkowy, czyli ministerialny, można opisaną tak walkę przełożyć na grunt kolejnej refleksji Ruiza. W rozdziale *Poetics of Cinema* zatytuowanym *Mystery and Ministry* przedstawia pomysł interpretacji odwiecznych translokacji wiedzy, a co za tym idzie – także władzy, za pomocą gry:

Misterium tworzy obiekty, a Ministerstwo stara się je odebrać. Obiekty Misterium są unikalne, niepowtarzalne (ale mogą być kopiowane). Kiedy Ministerstwo kradnie jeden z obiektów, krzyczą „Prototyp”, uruchamiają jego masową produkcję, i zyskują punkt. Jeśli Misterium powiedzie się ukrycie obiektu, wtedy oni zdobywają punkt. Gracze Misterium potrafią tworzyć rozmaite obiekty, ale generalnie można podzielić je na dwie grupy: utopie i dzieła sztuki (Ruiz, 1995, s. 91–92).

W dalszej części wykładu autor *Trzech koron marynarza* aplikuje powyższe reguły do rozmaitych wydarzeń historycznych. Celem przywołania tej zabawy nie jest jedynie prosta analogia, ale zwrócenie uwagi na fakt, iż to, co Zalewski przypisuje kategorycznie sztuce modernistycznej, czyli podejście radykalnie

epistemologiczne, kiedy zostaje przeniesione na platformę gry¹¹, staje się meta-tekstualnym pastiszem. Struktura narracji-labiryntu, której ucieleśnieniem jest podróż kustosza po kolejnych pomieszczeniach i terytorializacja racjonalnych interpretacji za pomocą *tableaux vivants*, przekształca się w strukturę narracji-kłacza w miarę postępującej destrukcji zaufania do narratora, a odkrycie reguł gry prowadzi do nieustannej semantycznej re-terytorializacji (zob. Jakubowska i Żyto, 2015). Opisana transformacja i zastosowanie kategorii kłacza służy temu, by „podkreślić [...] sprzeczne hipotezy generowane przez te narracje, szczególnie co do ontologicznego i epistemologicznego statusu ukazywanego świata” (Jakubowska i Żyto, 2015, s. 20). Sformatowany w ten sposób tekst zaczyna nabierać kształtów wcześniej opisywanych jako charakterystyczne dla postmodernizmu, m.in. ze względu na całkowite wymieszanie kategorii gier zaproponowanej przez Rogera Callois w książce *Gry i ludzie* (zob. Callois, 1997, s. 164–172). Co ciekawe, francuski socjolog także interpretował sposób funkcjonowania organizacji społecznych na zasadzie rozgrywki: „Wszelka instytucja działa poniekąd jak gra czy zabawa, jawi się tedy jako gra czy zabawa, którą należało wprowadzić, opierając się na nowych zasadach, i która wyrugowała dawniejszą grę czy zabawę. [...] Z tego punktu widzenia rewolucja jawi się jako zmiana zasad gry” (Callois, 1997, s. 171).

Podsumowując, w powyższej analizie na pierwszy plan wyłania się problem wyznaczenia cezur, która twardo oddzielałaby oba prądy – wskazałaby jednolity i dający się obiektywnie ująć moment kryzysu pewnego światopoglądu. Obszerny wstęp do omówienia filmu Ruiza, który zwraca uwagę na istotną rolę dezorientacyjnych technik narracyjnych w procesie identyfikacji dzieła postmodernistycznego¹², powinien stanowić silny argument w dyskusji na temat jego umiejscowienia w tym nurcie. Podkreślone zostały także inklinacje autora do korzystania z intertekstualnych nawiązań, przede wszystkim do sztuki wysokiej, i posługiwania się wielokodowością, dzięki aplikacji cech kina gatunkowego i wprowadzeniu elementów humorystycznych.

Warto w tym momencie wrócić do zagadnienia narracji neobarokowej¹³, której podstawowym narzędziem jest demonstracja sztuczności przedstawianego świata poprzez grę i – co kluczowe – odsłonięcie tajemnicy tej gry przed widzem, czyli

¹¹ Thomas Elsaesser, omawiając zagadnienie filmów gier umysłowych (ang. *mind-game films*), także zwracał uwagę na fakt, że ich „[...] nadrzędną cechą [...] jest chęć dezorientowania” oraz że „[...] dotyczą one nie tylko zagadnień typowych dla filmów gatunkowych, [...] lecz również problemów epistemologicznych” (zob. Elsaesser, 2018, s. 31).

¹² Zalewski zwraca uwagę na wiele sposobów identyfikowania dzieł postmodernistycznych, wymieniając chociażby Noëla Carrola i Jamesa Lewisa Hobermana, których koncepcje jeszcze lepiej korespondują z omawianymi w tym tekście dziełami. Ostatni z nich definiuje „[...] postmodernizm w kinie jako odmianę awangardy, tyle że przesyconą ironią i dystansem w stosunku do »prawdziwie« awangardowych utworów” – dystansem, który często podkreślał Ruiz, skupiając się na utworach fabularnych (zob. Zalewski, 1998a, s. 8).

¹³ Z powodu obracania się w kręgu kina francuskiego należy tu zwrócić uwagę na brak pokrewieństwa między omawianą narracją neobarokową a neobarokiem filmowym, którego głównymi przedstawicielami byli Leos Carax, Jean-Jacques Beineix i Luc Besson. Propozycja Raphaëla Bassana, którą przytacza Tadeusz Lubelski, odnosi się przede wszystkim do warstwy wizualnej utworów – stąd niemal synonimiczne określenie *cinéma du look* (zob. Lubelski, 2013, s. 7–8).

odkrycie kart – czystych i pozbawionych notacji. Demistyfikacja i zniszczenie binarnej opozycji na prawdę i fałsz stają się wartościami rozstrzygającymi dla tak pojmowanego postmodernizmu filmowego, a przede wszystkim pozostają one w zgodzie z cytowanym w motcie manifestem Lyotarda. „Wypowiadając wojnę całościom”, czyli grom o zamkniętej strukturze, pozwalającej na precyzyjne kalkulacje probabilistyczne, i dając świadectwo „nieprzedstawialnego”, czyli istniejącego poza lub pomiędzy całościami, artystyczna maszyna jest – być może – w stanie odeprzeć kapitalistyczne pragnienie zamiany każdego przedmiotu i myśli w towar – nomadyczna struktura sensotwórcza unika przechwycenia znaczeń i uwięzienia ich pośród niewzruszonych murów językowego hegemonu¹⁴.

Zaproponowana cezura filozoficzna oparta na epistemologicznym zagadnieniu prawdy pozwala na zestawienie ze sobą w triadę, jak trójkątne kompozycje w przedostatnim *tableau* ze zbioru filmowego kustosza: prekursorskiego *Zeszłego roku w Marienbadzie*, wahającą się jeszcze *Hipotezę skradzionego obrazu* i wytyczający kierunek *Kontrakt rysownika*. Lecz to tylko hipoteza... postmodernistycznego obrazu.

Bibliografia

- Alemany-Galway, Mary (2008). Postmodernism and the French New Novel: The Influence of Last Year at Marienbad on The Draughtsman's Contract. In: Willoquet-Maricondi, Paula and Alemany-Galway, Mary (eds.). *Peter Greenaway's postmodern/poststructuralist cinema*. Lanham: The Scarecrow Press, 115–136.
- Barthes, Roland (1999). Śmierć autora. Tłum. Tadeusz Żeleński-Boy. *Teksty Drugie. Teoria literatury, krytyka, interpretacja*, 1/2(54/55), 247–251.
- Bieńkowski, Piotr (1998). Kalejdoskop nicości? *Kwartalnik Filmowy*, 19(21–22), 214–225.
- Callois, Roger (1997). *Gry i ludzie*. Tłum. Anna Tatarkiewicz, Maria Żurowska. Warszawa: OW Volumen.
- Degli-Esposti Reinert, Cristina (2008). Neo-Baroque Imaging in Peter Greenaway's Cinema. In: Willoquet-Maricondi, Paula and Alemany-Galway, Mary (eds.). *Peter Greenaway's postmodern/poststructuralist cinema*. Lanham: The Scarecrow Press, 51–78.
- Deleuze, Gilles (2008). *Kino. 1. Obraz-ruch. 2. Obraz-czas*. Tłum. Janusz Margański. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Elsaesser, Thomas (2018). *Kino – maszyna myślenia: refleksje nad kinem epoki cyfrowej*. Przyłipiak, Mirosław (red.). Gdańsk: Wydawnictwo UG.
- Fukuyama, Francis (2017). *Koniec historii i ostatni człowiek*. Tłum. Tomasz Bieroń, Marek Wichrowski. Wstęp Piotr Kłodkowski. Kraków: Znak.
- Goddard, Michael (2013). *The Cinema of Raúl Ruiz*. New York: Columbia University Press.
- Jakubowska, Małgorzata (2006). *Żeglowanie po filmie*. Kraków: Rabid.
- Jakubowska, Małgorzata i Żyto, Kamila (2015). Labirynt i kłące – paradygmaty współczesnej narracji filmowej. W: Kluszczyński, Ryszard, Kłys, Tomasz i Korczarowska-Różycka, Natasza (red.). *Paradygmaty współczesnego kina*. Łódź: Wydawnictwo UŁ, 11–22.

¹⁴ Kwestię wydobycia „aktu zdolnego do stworzenia mitu, a nie czerpania zeń korzyści czy zysku” poprzez „wyjście poza wszelkie warstwy wizualne” i ustawienie osoby „w postaci czystej, zdolnej do wyłonienia się ze zgliszczy, do przeżycia końca świata” poruszał również Deleuze w kontekście analizy walki z hitleryzmem w twórczości Hansa-Jürgena Syberberga (zob. Deleuze, 2008, s. 475–483).

- Jameson, Fredric (1996). Postmodernizm i społeczeństwo konsumpcyjne. W: Nycz, Ryszard (red.). *Postmodernizm. Antologia przekładów*. Tłum. Przemysław Czapliński. Kraków: Baran i Suszczyński, 190–213.
- Kołodziej, Andrzej (1986). Trzy korony marynarza (rec.). *Film*, 10, 21.
- Lewicki, Arkadiusz (2007). *Sztuczne światy: Postmodernizm w filmie fabularnym*. Wrocław: Wydawnictwo UWr.
- López-Vicuña, Ignacio and Marinescu, Andreea (2017). Introduction. In: López-Vicuña, Ignacio and Marinescu, Andreea (eds.). *Raúl Ruiz's Cinema of Inquiry*. Detroit: Wayne State University Press, 1–28.
- Lubelski, Tadeusz (2013). Co nam dziś mówi neobarok? *Kino*, 7–8, 18–21.
- Liotard, Jean-François (1996). Odpowiedź na pytanie: co to jest postmodernizm. W: Nycz, Ryszard (red.). *Postmodernizm. Antologia przekładów*. Tłum. Michał Paweł Markowski. Kraków: Baran i Suszczyński, 47–61.
- Mazierska, Ewa (1992). Nierzeczywistość i gra. W: Mazierska, Ewa (red.). *Peter Greenaway*. Warszawa: Fundacja Sztuki Filmowej, 27–34.
- Miczka, Tadeusz (1992). *Wielkie żarcie i POSTmodernizm. O grach intertekstualnych w kinie współczesnym*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Morawski, Stefan (1996). *The Troubles With Postmodernism*. London: Routledge.
- Orzechowska, Joanna (1981). Odkrywanie fikcji. *Film*, 47, 7, 28.
- Ostaszewski, Jacek (2010). Narrator niewiarygodny w filmie fabularnym. *Kwartalnik Filmowy*, 71–72, 60–74.
- Ruiz, Raúl (1995). *Poetics of Cinema*. Tłum. Brian Holmes, Paris: Dis Voir.
- Strojna, Magdalena (2004). Dekonstrukcja Kontraktu rysownika. Ramowanie ramy. *Kwartalnik Filmowy*, 46, 75–90.
- Zalewski, Andrzej (1998a). *Strategiczna dezorientacja. Perypetie rozumu w fabularnym filmie postmodernistycznym*. Warszawa: Ośrodek Wydawniczo-Poligraficzny SIMP.
- Zalewski, Andrzej (1998b). Imię Carmen i Dzikość serca – dwa typy filmowej nieciągłości. *Kwartalnik Filmowy*, 21/22, 48–63.

Streszczenie

Filmowy postmodernizm bywa niekiedy trudny do precyzyjnego określenia, czego dowodził już Frederick Jameson. Ten artykuł jest próbą redefinicji zjawiska, a raczej zawężenia pola analizy do zagadnień narracji, której neobarokowa, złożona struktura kłacza wydaje się kluczowym elementem w filozoficznej batalii o ujawnienie pluralizmu prawdy. W omawianych filmach istotnym czynnikiem, który pomaga w tym deziluzyjnym procesie, jest gra z widzem. Posługując się terminologią Arkadiusza Lewickiego i Andrzeja Zalewskiego, która na stałe wpisała się w filozoficzny dyskurs w Polsce, autor dokonuje w artykule analizy *Hipotezy skradzionego obrazu* Raúla Ruiza pod kątem jego prekursorskiego statusu jako filmu postmodernistycznego oraz porównuje narzędzia, z których korzysta Chilijczyk – ramy narracyjne i diegetyczne, niewiarygodny narrator, *mise-en-abyme*, do środków stylistycznych, po jakie sięgali Peter Greenaway, a wcześniej Alain Robbe-Grillet i Alain Resnais.

Hypothesis of the postmodern image

Summary

Postmodernism in films is sometimes difficult to define precisely, as already proven by Frederick Jameson. This article attempts to redefine the phenomenon, or rather narrow, the field of analysis to the issues of narration, the neo-Baroque complex structure of a rhizome, which seems to be a key element in the philosophical battle to reveal the pluralism of truth. An important factor in the analysed films that helps achieve this disillusion is the concept of a game with the viewer. Using the terminology of Arkadiusz Lewicki and Andrzej Zalewski, which has become a permanent part of the film studies discourse in Poland, this article analyses *The Hypothesis of the Stolen Painting* by Raúl Ruiz in terms of its precursor status as a postmodern film, and compares the tools used by the Chilean filmmaker – narrative and diegetic frames, untrustworthy narrator, *mise-en-abyme* – to the stylistic means of Peter Greenaway, and earlier Alain Robbe-Grillet and Alain Resnais.

Kinga Sygizman

ORCID: 0000-0002-1706-3273

Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Wydział Filologiczny

Uniwersytet Łódzki

Przestrzeń dźwiękowa Litzmannstadt Ghetto. Reportaże radiowe Joanny Sikorzanki

Słowa kluczowe: Litzmannstadt Ghetto, reportaże radiowe, pejzaż dźwiękowy, warstwa akustyczna, radio

Keywords: Litzmannstadt Ghetto, radio documentary, soundscape, audio scenography, radio

Wstęp

Joanna Sikorzanka¹ jest rodowitą łodzianką, związaną z miastem nie tylko zawodowo, ale też emocjonalnie. Przez trzydzieści pięć lat pracy w rozgłośni Polskiego Radia w Łodzi dawała wyraz głębokiemu zainteresowaniu współczesnością i historią aglomeracji, przygotowując programy radiowe i realizując reportaże podejmujące temat Łodzi i okolic. Istotne miejsce w kręgu lokalnych tematów, wpisujących się w misyjne założenia rozgłośni o charakterze regionalnym², stanowi Litzmannstadt Ghetto. Sikorzanka, zapytana, dlaczego tematyka żydowska jest dla niej ważna, odpowiedziała: „Bo wciąż nie mogę zrozumieć, jak to możliwe, że z mojego miasta zniknęło 200 tys. osób (1/3 mieszkańców) i prawie w nikim nie wzbudza to refleksji i żalu”³. Audialna wędrówka ma jednak na celu nie tylko ukazanie tragicznych warunków życia i pracy Żydów

¹ Joanna Sikorzanka jest absolwentką filologii polskiej Uniwersytetu Łódzkiego i podyplomowych studiów dziennikarskich w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, była dziennikarką PR Łódź. W radiu przeszła wszystkie szczeble pracy dziennikarskiej: od autora serwisów informacyjnych i krótkich relacji, poprzez dłuższe formy publicystyczne i komentarze, aż do dokumentów radiowych. Przez wiele lat uczyła praktyki dziennikarskiej na Uniwersytecie Łódzkim. Zorganizowała kilkanaście ogólnopolskich konkursów poetyckich, zredagowała i wydała kilkanaście tomików z Serii Poetyckiej Radia Łódź opublikowanych w systemie ISBN.

² Na temat regionalności i wynikających z niej założeń programowych PR Łódź zob. Bachura-Wojtasik i Sygizman (2016, s. 133–140).

³ Fragment korespondencji mailowej K. Sygizman z J. Sikorzanką z 29 marca 2018 r.

zamieszkujących getto. Dziennikarka stara się udowodnić, jak wielki wpływ na przemysłowy charakter miasta i jego kulturalny wymiar⁴ mieli mieszkańcy i działający tu Żydzi. Architektura, sztuka, literatura – między innymi w tych dziedzinach Sikorzanka poszukuje śladów żydowskiej tożsamości Łodzi. Wszak, jak zauważają badacze, „ze wszystkich okolicznych miast Łódź dysponuje największymi zasobami związanymi z żydowskim dziedzictwem kulturowym” (Cudny i in., 2011, s. 117).

Artykuł został podzielony na dwie części. W pierwszej omówiono tematykę kolejnych reportaży Sikorzanki, uwypuklono także rozwiązania formalne, pozwalające wyraziściej wybrzmieć danym treściom. W drugiej rozważania o stylistyce audycji i zabiegach kompozycyjnych umożliwiających Sikorzance budowanie audiosceny miasta wpisane zostały w teorię pejzażu dźwiękowego, w tym przestrzeń dźwiękowa dzisiejszej Łodzi stanowi podstawowe tło akustyczne rozważań o przeszłości. W pracy zastosowana została analiza elementów strukturalnych audialnego przekazu, a także – przy wskazaniu relacji między reportażem radiowym a pejzażem dźwiękowym – analiza komparatystyczna⁵. Analizie i interpretacji poddano cztery reportaże radiowe: tryptyk o śladach getta – „www.slady”, „ślady-reaktywacja” i „po śladach”, a także utwór „Czarni chytry”.

Getto w reportażach

Zlokalizowane na terenie Bałut i Starego Miasta getto, obejmujące powierzchnię ponad cztery kilometry kwadratowe (*Getto łódzkie*, online), w latach 1940–1944 było przestrzenią, w której izolowano społeczność żydowską. Przed wojną obszar ten zamieszkiwany był głównie przez Żydów (około 70%), w większości biedotę. Na getto wybrano ubogą dzielnicę Łodzi, ze starą zabudową, w znacznej części drewnianą, która i dziś nie należy do najładniejszych. Wiele miejsc wygląda, jakby zatrzymało się w czasie wojny, i straszy ryzstokami, pustostanami przeznaczonymi do rozbiórki, ciemnymi zaułkami. Tak Wiktor Skok, łódzki działacz kulturalny, mieszkaniec i obserwator Bałut, opisuje współczesny obraz dzielnicy: „Kostropaty i siermiężny wizerunek tych okolic to rozpadające się chałupy, »drewniaki« obok równie zaniedbanych bloków i wieżowców. Wpół zrujnowane, opuszczone domy. Brukowane kamieniami ulice latem zakurzone, zimą pełne błota. Wszechobecny brud [...]. Nieprzyjemne, pełne agresji regiony przewlekłej beznadziei i nędzy” (Skok, 2011, s. 206). Ta turpistyczna przestrzeń jest jednocześnie niemym świadkiem Zagłady. Przechodniowi dziś spacerującemu po ulicach Łodzi o istnieniu Litzmannstadt Ghetto przypominają tablice wmurowane w płytki brukowe przy ulicach nale-

⁴ O materialnym i niematerialnym dziedzictwie kulturowym Łodzi zob. Cudny i in. (2011, s. 117–136).

⁵ Na temat relacji między reportażem radiowym a pejzażem dźwiękowym zob. Czarnek-Wnuk (2020).

żących niegdyś do terenów getta. Ale nie tylko one. Joanna Podolska zauważa, że przez ostatnie kilkanaście lat miasto zrobiło wiele dla upamiętnienia społeczności żydowskiej. Dzięki poszukiwaniu różnych form dawania świadectwa Zagładzie, takim jak organizowanie Festiwalu Dialogu Czterech Kultur czy gier miejskich inspirowanych przeszłością miasta, sadzenie ponad 400 drzewek przez tych, którzy przeżyli Holocaust, czy stawianie pomników pamięci, Łódź odzyskuje swoją – w znacznej mierze przecież – żydowską tożsamość (Podolska, 2011, s. 237 i 244). Niestety, choć instytucje kulturalne i władze miasta robią wiele dla upamiętnienia getta, społeczność Bałut, zamieszkująca tereny do niego należące, nie posiada świadomości historycznej. Większość mieszkańców dzielnicy nie wie o istnieniu miejsc pamięci, a dla innych nie mają one żadnego znaczenia (Skok, 2011, s. 206). Nad historyczną płaszczyznę miejsc Zagłady narosła warstwa braku świadomości i zubożenia, ale także braku wiedzy historycznej. Centralne miejsca na mapie getta wtopiły się we współczesną bałucką codzienność⁶, przez co straciły swą historyczną tożsamość.

Dziennikarka Polskiego Radia Łódź pragnie przywrócić znaczenie historycznej warstwie miasta. Konfrontacja z mieszkańcami dzielnicy jest często pierwszym krokiem edukacji na temat historii getta w Łodzi. Sikorzanka przekracza granice w czasie i przestrzeni. Wędrówka po ulicach dawnego getta, dyskusje z odmiennymi przedstawicielami lokalnej społeczności są próbą zachowania od zapomnienia historii i często nadania na nowo znaczenia konkretnym miejscom. „Gdzie szukać śladów?” – pyta Skok. Skorzanka podkreśla, że pytanie to nie może zostać bez odpowiedzi.

Audialny spacer po ulicach wchodzących w skład łódzkiego getta stanowi główny wątek żydowski w reportażowej twórczości Sikorzanki. Jak zauważa Elżbieta Pleszkun-Olejniczakowa, „znakomita większość reportaży radiowych [dotyczących tematyki żydowskiej – K.S.], nawet jeśli »wchodzi« swym czasem w teraźniejszość, czyni to poprzez pryzmat historii II wojny światowej, Holocaustu bądź wcześniejszych śladów [...] egzystencji Żydów w Polsce” (Pleszkun-Olejniczakowa, 2007, s. 381). Tryptyk „www.slady”, „ślady-reaktywacja” i „po śladach” potwierdza tę tezę. Autorka eksploruje teraźniejszość, by odnaleźć tytułowe ślady historii. Przemieszczając się po ulicach Łodzi, poszukuje dowodów egzystencji Żydów, rozmawia z mieszkańcami miasta na temat getta i tego, co po nim zostało. Wszystkie części cyklu łączy kilka elementów. Oprócz wspólnej tematyki jest to także bardzo podobna forma opowieści. Zarejestrowane nagrania autorka komponuje w taki sposób, by stworzyć wrażenie audialnego spaceru ulicami getta; spaceru, który odbywa się bez wcześniejszego ustalania miejsc, do jakich trzeba dotrzeć, spaceru otwartego na spotkania z przypadkowymi ludźmi. Kolejne części tryptyku spaja również osoba przewodnika, czy też towarzysza tej historyczno-urbanistycznej eksploracji. W audycji „www.slady” postacią oprowadzającą po terenie getta jest Julian Baranowski⁷, badacz

⁶ Na ten temat zob. Majewski (2011, s. 128–130).

⁷ Julian Baranowski (1949–2009) jest autorem i współautorem licznych publikacji dotyczących łódzkiego getta, m.in. *Łódzkie getto 1940–1944. Vademecum*, Łódź 1999; albumu *Getto łódzkie / Litzmannstadt Getto 1940–1944*, Łódź 2009 [współautor: Sławomir Nowinowski].

Litzmannstadt Ghetto, którego wiedza historyczna sytuuje go nie tylko w roli towarzysza wędrówki, ale przede wszystkim źródła wiedzy dotyczącej łódzkiego getta. Topograficzne sygnały na temat tego, gdzie w danym momencie znajdują się Sikorzanka z Baranowskim, konfrontowane są w toku audialnej narracji z historycznymi informacjami na temat danego miejsca. I tak w scenie otwierającej audycję przekroczona zostaje granica między współczesnością a przeszłością. Wypowiedź reportażystki o fragmencie muru i ziemi porośniętej krzakami uzupełnia Baranowski słowami: „To jest pozostałość po starym cmentarzu żydowskim [...] przy ulicy Wesołej [...]. To są fragmenty muru okalającego [...]. Było tu pochowanych około dwadzieścia pięć, trzydzieści tysięcy Żydów”. „To jest chodnik, po którym chodzą ludzie, na którym parkują samochody” – dopowiada Sikorzanka, aby na dobre „zakotwiczyć” słuchacza w teraźniejszości. „Pod nami są kości” – Baranowski przenosi odbiorcę w przeszłość poprzez wskazanie mu śladów przysłoniętych codziennością miasta, „niemych – często zapomnianych – obiektów pamięci”, o których Nils Roemer pisze, że przemawiają bardzo donośnym głosem (Roemer, 2015, s. 184). Fabuła reportażu budowana jest poprzez zarysowanie kontrastu między współczesnym obrazem miasta a śladami historii, na pograniczu pamięci i zapomnienia. Formą ocalania od zapomnienia jest opowieść o przeszłości, pełna szczegółów plastyczna narracja, którą Baranowski uzupełnia topograficznymi szczegółami wędrówki po Bałutach.

W drugiej części cyklu, audycji „ślady-reaktywacja”, pozostałości po getcie odkrywa Sikorzanka z licealistą, Wojciechem Lauksem. Istotna zdaje się motywacja nastolatka do tworzenia własnej opowieści na temat getta. Wiąże się ona z wewnętrzną potrzebą zdobycia wiedzy na temat historii miejsca, w którym spędził całe swoje dzieciństwo. Dlatego Wojtek z autentycznym zainteresowaniem poznaje należący do getta teren, zagląda do komórek, rynsztoków, kilkumetrowych mieszkań, puka do drzwi w poszukiwaniu kogoś, kto pamięta historyczne wydarzenia. Szuka śladów. Obserwacja mieszkańców Łodzi egzystujących w miejscach pamiętających getto staje się pretekstem do hipotetycznych rozważań na temat tego, jak wyglądało tu życie w latach 40. XX wieku. I choć wyobrażenia licealisty mogą wydawać się nieco naiwne, są próbą stworzenia relacji między współczesnością a przeszłością, między pamięcią o getcie a jej brakiem.

Czytanie, słuchanie literatury żydowskiej jest jednym ze sposobów konfrontowania współczesnego słuchacza z historią. W audycji pojawiają się wspomnienia o Abrahamie Koplwiczu, którego tragiczną historię przypomina dziennikarka. Abramek, syn Mendla i Jochwety, osadzony w getcie jako nastoletni chłopak, pracował w warsztacie szewskim. W chwilach wolnych tworzył wiersze, w których zapisywał swoje przeżycia. Jednego dnia ojciec ukrył go w baraku. Akurat wówczas odbyło się ich przeszukiwanie, chłopczyk został złapany i wywieziony do Oświęcimia. Zginął z matką w komorze gazowej. Mendel przeżył wojnę i po powrocie do Łodzi odnalazł zeszyt z wierszami syna (Kempa i Szukalak, 2004, s. 94–95). W zbiorze znajdował się utwór „Marzenie”, który w reportażu jest czytany przez nastoletniego mieszkańca dzisiejszej Łodzi, niewiele starszego od Abramka w chwili jego śmierci. Wojtek, zapytany przez Sikorzankę, czy

myśli czasem, jakby to było urodzić się w tamtych czasach i być żydowskiej narodowości, odpowiada: „Oczywiście, często, jest to wynik obserwacji terenów getta, tego ciągłego przebywania w miejscach, gdzie znajdowały się resorty [...], jest to takie uczucie wewnętrznego strachu, gdyby nam przyszło żyć w getcie w tamtych czasach, byłaby to niewyobrażalna tragedia dla nas”. Tę zaangażowaną postawę młodego człowieka zestawia Sikorzanka z postawą obojętności i niezrozumienia, wyrażającą się w stwierdzeniu jej syna „[...] Dłaczego wciąż robisz reportaże o Żydach, musisz się ciągle tym zajmować...?”. Dwa różne zachowania są odzwierciedleniem tworzących tożsamość współczesnej Łodzi postaw: szacunku i obojętności, pamięci i zapomnienia.

W audycji „po śladach” odnajdujemy polifonię głosów, dźwięków, wspomnień i bohaterów. W poszukiwaniu śladów Żydów towarzyszy Sikorzance kilka osób; ich relacje z Żydami są różne, a tym samym odmienna jest ich rola w opowieści. Jedną z tych osób jest znany z pierwszej części cyklu Julian Baranowski, którego wiedza historyczna czyni z audycji ważny przekaz dokumentalny. Tereny getta przemierza z reportażystką także młoda Niemka z Hamburga, Anna Gerhard. Swoją obecnością w audycji wprowadza motyw odpowiedzialności za krzywdę i pamięci o skrzywdzonych. Niemka spaceruje po terenie getta, czyta napisy na tablicach, przygląda się warunkom, w jakich mieszkali Żydzi. W konfrontacji z trudną niemiecką przeszłością Anna stwierdza, że często myśli o tym, iż jej rodacy byli okupantami. „Mam odpowiedzialność, bo jestem Niemką” – mówi.

Na audialną opowieść składają się narracje dwóch osób, które Holocaust dotknął bezpośrednio. Jedną z nich jest Eda, Żydówka, obecnie mieszkająca w Szwecji, która do Łodzi przyjechała w poszukiwaniu śladów swojej przeszłości. Z okien mieszkania ciotki, u której często przebywała jako dziecko, widziała miejsce egzekucji Żydów – plac, na którym wieszano ludzi. Ten widok ma ciągle w pamięci. Drugą bohaterką jest Łucja Herszkowicz, wnuczka Jankiela Herszkowicza, pieśniarza łódzkiego getta, który tworzył i śpiewał na ulicach Litzmannstadt Ghetto. Żył ubogo, często cierpiał głód, ale nie opuszczało go poczucie humoru. W dowcipnych tekstach kpil z miejscowych notabli, a zgromadzonym wokół niego na ulicy słuchaczom dawał nadzieję na lepsze jutro (Kempa i Szukalak, 2004, s. 70–71). „Układał piosenki dla ludzi, żeby podnieść ich na duchu, żeby było im łatwiej zapomnieć” – mówi Łucja. Nie poznała oświadczenia dziadka, zna go tylko z opowieści rodziców i zachowanych zdjęć. Dziadek przeżył wojnę, ale nie chciał o niej opowiadać. Dramatyczne wspomnienia wyrażały się wieloletnim milczeniem, a ostatecznie doprowadziły do samobójstwa. Dziś Łucja opowiada o dziadku, tęskni za nim i śpiewa piosenkę, którą on śpiewał na ulicach getta. W słowach „getto, gettunio” wyraża się postawa Jankiela, z dystansem, ironicznie odnoszącego się do rządzących w getcie i próbującego oswoić rzeczywistość poprzez dodawanie ludziom otuchy. Można w nich jednak też odczytać przejaw bezradności wobec Holocaustu, skrywanej pod konwencją humoru czy groteski.

Podobną kompozycję do tryptyku o śladach ma audycja „Czarni chytry”, której tytuł reportażystka zaczerpnęła z wiersza Juliana Tuwima „Żydzi”. Nie sam tytuł zresztą. Wszak fragmenty wiersza stanowią jedną z warstw narracyjnych

audycji. Dziennikarka przemierza ulice centrum Łodzi w poszukiwaniu miejsc, gdzie żyli i pracowali Żydzi. Nie znajduje jednak śladów „czarnych i chytrych”. Spotyka za to ślady kulturalnej działalności Żydów na terenie miasta. I tak w toku audialnej opowieści słuchacz poznaje: Zygmunta Elenberga, nauczyciela, założyciela żydowskiego klubu sportowego Makabi, który studiował w Wiedniu filozofię i prawo; Aleksandra Rusaka, inżyniera chemika, absolwenta Sorbony, nauczyciela w łódzkich szkołach; Wolfa Ulinowera, kupca, działacza organizacji dobroczynnych, założyciela Banku Spółdzielczego; Mosze Trojanowskiego, poetę, stałego bywalca biblioteki przy ulicy Struga; Karola Nojmilera, księgarza i wydawcę, który otworzył przy Piotrkowskiej księgarnię i wypożyczalnię książek; Dawida Helmana, lekarza laryngologa; Juliusza Krausza, lekarza okulistę; Salo Opatowskiego, odkrywcę i mecenasa Juliana Tuwima, oraz wielu innych. Po centrum miasta, głównie wśród kamienic przy ulicy Piotrkowskiej, spaceruje Sikorzanka z dwoma łódzkimi przewodnikami. Podczas rozmowy tych trzech osób słuchacz poznaje żydowską elitę intelektualną – ludzi wykształconych na najlepszych europejskich uniwersytetach, którzy swoją wiedzę i umiejętności zostawili w Łodzi. Swoisty kontrpunkt wobec tych treści tworzy, powracający niczym echo, tekst wiersza Tuwima:

*Czarni, chytry, brodaci,
Z obłąkanymi oczyma,
W których jest wieczny lęk,
W których jest wieków spuścizna,
Ludzie,
Którzy nie wiedzą, co znaczy ojczyzna,
Bo żyją wszędy,
Tragiczni, nerwoni ludzie,
Przybłądy [...] (Tuwim, 1971, s. 68).*

Przytoczone przez Sikorzankę i jej rozmówców historie stanowią wytlumaczenie „wiecznego lęku, wymachiwania długimi rękoma, bolesnego grymasu cierpienia”. Zachowania te powstają w sytuacji nieprzystawalności ludzkiej wrażliwości do okrucieństwa losu, jaki stał się udziałem wrażliwej jednostki, z bezsilności wynikającej z życia w warunkach urągających człowieczeństwu: w ciągłym strachu o kolejny dzień, pracy ponad siły (Baranowski, 2009, s. 40) i nieustannemu widokowi ludzkiej śmierci. W sytuacji egzystencji w świecie bez nadziei, rządzonej przez mechanizm zniewolenia, to wszelkiego rodzaju twórczość, szczególnie literacka, stanowiła akt ocalania ludzkich wartości, formę duchowego ruchu oporu (Kozieł, 2011, s. 164).

Przeszość i terażniejszość, czyli pejzaż dźwiękowy Łodzi

Litzmannstadt Ghetto stanowi jeden z głównych kręgów zainteresowań Sikorzanki, czego wyraz daje dziennikarka, nie tylko podejmując tematykę getta, ale także dzieląc się – w toku narracji reportażu – swoją wiedzą na

temat historii miasta. Taką sposobność daje autorce przyjmowana przez nią postawa reportażystki aktywnej, z zaangażowaniem eksplorującej obserwowaną rzeczywistość. Prezentuje postawę uczestniczącą, wchodzi w dialog z bohaterami swoich audycji, którzy są zarazem świadkami czy też badaczami historii. Sikorzanka uważnie i z zainteresowaniem poszukuje śladów Litzmannstadt Ghetto w przestrzeni współczesnej Łodzi; dyskutuje z mieszkańcami Bałut, dzieli się wiedzą, pyta, wchodzi do kamienic, na podwórka, przemierza ulice, zagląda w zaułki, bada, szuka, ale przede wszystkim przemieszcza się, gdyż obserwacja ta dzieje się w nieustannym ruchu.

Motyw wędrówki jest cechą spinającą prawie wszystkie analizowane audycje. Leży też u podstaw organizowania tworzywa tekstu audialnego. Ludzkie głosy i dźwięki zmieniają się wraz z przeobrażającą się przestrzenią miasta; to wędrówka po Bałutach czy ulicy Piotrkowskiej wyznacza tempo narracji reportażu. W przypadku tych audycji można mówić o kompozycji spacerowej⁸, istniejącej obok dwóch popularnych sposobów organizacji tekstu: modelu przyczynowo-skutkowego, zwanego inaczej linearnym, oraz spiralnego bądź też cyrkularnego (zob. Bachura-Wojtasik, 2014, s. 73–75). Spacerowość zakłada przemieszczanie się, bycie w drodze, ale też otwartość na to, co wędrówka przyniesie; otwartość na przypadek. Taką konwencję wybrała Sikorzanka dla prezentacji opowieści o poszukiwaniu śladów getta łódzkiego w topografii współczesnej Łodzi.

Słusznie zauważa Robert Losiak, że „środowisko dźwiękowe [miasta] ulega przemianom, a dynamika tych przemian jest zróżnicowana w sensie przestrzennym” (Losiak, 2012a, s. 79). Trzeba więc założyć – stwierdza dalej badacz, przyglądając się miejskiej przestrzeni akustycznej – jej „otwartość na możliwe przekształcenia w zakresie audiosfery”, związane głównie z aktywnością w niej człowieka. Losiak pisze co prawda o akustyce Rynku Wrocławskiego, ale jego rozważania można przenieść na przestrzenie akustyczne innych aglomeracji. „Różnorodność, [...] potencjalna otwartość – by nie powiedzieć nieprzewidywalność [...]” – to określenia charakteryzujące pejzaż dźwiękowy nie tylko Wrocławia, ale też Łodzi. Renata Tańczuk wypowiada się w podobnym duchu. Stwierdza, że uwzględnienie zmienności doświadczenia audialnego w badaniu audiosfery miasta koresponduje z jego charakterem, dynamicznym, pełnym życia (Tańczuk, 2015, s. 19).

Warto w tym miejscu pochylić się nad kategorią pejzażu dźwiękowego, który stanowi – moim zdaniem – istotny wątek rozważań o żydowskich audycjach Sikorzanki. Kategoria ta – jak zauważa Tańczuk – wyznacza ciekawą perspektywę w badaniach nad „specyfiką doświadczenia miasta, nawiązywania relacji z nim, budowania poczucia zakorzenienia oraz rozpoznawania jego swoistości” (Tańczuk, 2015, s. 11). Samo pojęcie *soundscape* zostało zaproponowane przez kanadyjskiego kompozytora, muzykologa i pedagoga muzycznego, Raymonda Murraya Schafera. Schafer był także twórcą ekologii akustycznej i kategorię pejzażu dźwiękowego ujmował właśnie w kontekście zmian, jakie nastąpiły w środowisku dźwiękowym człowieka (Tańczuk, 2015, s. 12). Jego zdaniem

⁸ Więcej na temat tego modelu kompozycyjnego zob. Sygizman (2018, s. 66).

naturalne akustyczne środowisko zostało zniszczone przez dźwięki związane ze zmianami cywilizacyjnymi, z maszynami, urządzeniami, z zewsząd otaczającym człowieka hałasem, co w konsekwencji doprowadziło do znieczulenia zmysłowego (Losiak, 2007, s. 239), stopienia umiejętności głębokiego, uważnego słuchania, a tym samym wrażliwości poznawczej i estetycznej (Losiak, 2012b, s. 11). A jak zauważa Losiak, „doświadczenie audytywne, doświadczenie fonicznej obecności w świecie jest fundamentalnym doświadczeniem egzystencjalnym człowieka [...] współtworzy człowieka, tak w sensie biologicznym, jak i kulturowym” (Losiak, 2007, s. 238). Co więcej, miasto, w którego dźwiękowym krajobrazie nie jesteśmy w stanie usłyszeć rozmów ze spacerującym obok człowiekiem, a czasem i własnych wewnętrznych myśli, którego natłok akustyczny nie pozwala nam się skoncentrować, mentalnie wyciszyć, staje się przestrzenią obcą, a nawet niechcianą (Nacher, 2010, s. 79). Stąd postulat głębokiego słuchania, tzw. *deep listening* (Nacher, 2010, s. 81–83), i związanego z nim uwrażliwienia na otaczającą nas akustycznie przestrzeń, a także zmiana w tradycyjnym modelu komunikacyjnym polegająca na potraktowaniu dźwięku jako pośrednika między słuchaczem a otaczającym go środowiskiem (Nacher, 2010, s. 80–81). W badaniach nad pejzażem dźwiękowym audiosfera postrzegana jest jako doświadczenie subiektywne, przekształcające obiektywną rzeczywistość w przestrzeń istniejącą dla człowieka (Losiak, 2007, s. 241), „jako znaczący czynnik w procesie ludzkiego zamieszkiwania w świecie” (Losiak, 2007, s. 237).

Przestrzeń akustyczną człowieka tworzą dźwięki należące do kilku kategorii: odgłosy przyrody, „dźwiękowe skutki uboczne cywilizacyjnej działalności człowieka”, dźwięki wyrażające jego działalność artystyczną, dźwięki – obiekty semiotyczne i dźwięki ludzkiej mowy⁹. Wszystkie one stanowią „środowisko akustyczne konkretnego miasta” (Losiak, 2007, s. 240). A co składa się na pejzaż dźwiękowy Łodzi? W jakiej przestrzeni akustycznej odbywa się spacer, którego celem jest poszukiwanie śladów Litzmannstadt Ghetto? Dźwięki są elementem inicjalnym audycji Sikorzanki. Najczęściej stanowią je odgłosy ludzkich kroków, stąpania po chodniku, wybrzmiewające na tle szumu przejeżdżających obok samochodów. Już pierwsze sekundy audycji określają przestrzeń, w której jest ona realizowana – to będące w nieustannym ruchu miasto. Nawet jeśli reportażystka zatrzymuje się z bohaterami audycji, jak w „www.slady” z Julianem Baranowskim przy murze stanowiącym pozostałość po dawnym cmentarzu żydowskim, to akustyka nie pozwala długo pozostawać bez ruchu, dynamizuje opowieść. Bohaterowie więc, zgodnie z tempem miasta, przemieszczają się. Wraz ze zmianą miejsca akcji zmienia się przestrzeń foniczna. Słyszymy stawianie kroków na ulicy, stąpanie po schodach starych kamienic, dźwięk starej kłódki od komórki, skrzypienie otwieranych i zamkniętych drzwi, klaksony samochodów, ale i zamykające się z hukiem drzwi tramwaju, odgłos „z wydechem” ruszającego autobusu, śpiewy ulicznych grajków, bawiące się w oddali dzieci, strzępy rozmów zasłyszanych od mijanych przechodniów. Dźwięki budują audioscenografię miasta, wskazują na ruchy

⁹ Kategorie przytaczam za: Krzezińska i Krzezińska (2007, s. 112–113).

w jego przestrzeni, ale także – zmieniające się poziomy głośności – wyznaczają plany dźwiękowe. „To nie my obejmujemy krajobraz, to raczej on obejmuje nas” – pisze Krystyna Pawłowska o krajobrazie dźwiękowym i dodaje, że „poznanie słuchowe dotyczy bardzo rozległej przestrzeni” (Pawłowska, 2012, s. 41). Istotną rolę w tym poznaniu odgrywa natężenie dźwięków (Pawłowska, 2012, s. 41), czego dowód odnajdujemy podczas analizowania audycji Sikorzanki. Znaczna część opowieści o getcie łódzkim toczy się w drodze, np. wzdłuż ulicy Drewnowskiej, stanowiącej granicę między tzw. żydowską a aryjską częścią miasta. Mijające rozmówców samochody zakłócają prowadzenie rozmowy i sprawiają, że Baranowski – świadomy sytuacji akustycznej – musi podnieść głos, czasem krzyknąć, aby zostać usłyszonym przez Sikorzankę. Spacer po Piotrkowskiej, zdecydowanie barwniejszej akustycznie niż ulice Bałut, stanowi multiplikację dźwięków o różnym natężeniu. „Pod” narracją będących w ruchu rozmówców akustycznie ciągle coś się dzieje. Miejski gwar stanowi swoisty akompaniament dla wspomnień o getcie. Wyraźnie słyszane rozmowy mijanych ludzi, odgłosy środków transportu, okrzyki dzieci, szczekanie psa, muzyka ulicznych pieśniarzy – wszystkie te dźwięki, nieustannie zmieniające poziom swojego natężenia, stanowią pejzaż akustyczny ulicy Piotrkowskiej.

Wędrowkę Sikorzanki trudno określić, zgodnie z nomenklaturą twórców *soundscape*, jako *soundwalks* (Nacher, 2010, s. 84), wszak nie słuchanie środowiska jest głównym celem tego dziennikarskiego spaceru. Z pewnością jednak przestrzeń akustyczna ożywia audycje, nadaje im dynamikę i wnosi nowy element interpretacyjny. W reportażach łódzkiej dziennikarki zaobserwować można obecność dwóch wymienionych przez Schafera przestrzeni: *hi-fi* i *lo-fi*. Tę pierwszą wyznaczają – w wielkim uproszczeniu – dźwięki naturalnego środowiska, drugą – odgłosy przestrzeni zindustrializowanej (Nacher, 2010, s. 78–79; Tańczuk, 2015, s. 13). W prezentowanym przez Sikorzankę mieście usłyszeć można, obok przeważających odgłosów *lo-fi*, także dźwięki natury. Bywa, że w wędrowce ulicami Bałut dziennikarka zatrzymuje się w miejscu, gdzie nie słycać przejeżdżających aut, stawianych kroków, a tylko piękne śpiewy miejskich ptaków. Dla odczytania opowieści o getcie znaczący zdaje się fakt, że przestrzeń *hi-fi* stanowi tło najbardziej wstrząsających, a zarazem dotykających intymnych sfer życia, opowieści. Tak dzieje się na przykład, gdy Baranowski przypomina o tragizmie egzystencji żydowskiej elity intelektualnej bytującej w warunkach urągających godności człowieka czy też kiedy pamiętająca zdarzenia z getta łódzianka wspomina o dramatycznych chwilach rozdzielania matek z dziećmi. Delikatne śpiewy ptaków stanowią też tło dźwiękowe odczytywanego podczas audycji wiersza Abramka Koplłowicza i rozmowy o wstrząsających zapiskach z pamiętnika Jakuba Poznańskiego. Odgłosy natury nie są całkowicie wyizolowane z przestrzeni miejskiej, czasem towarzyszą im delikatne szумы miasta. Stanowią jednak swoisty dźwiękowy symbol, uwypuklają tragizm sytuacji, stanowią metaforyczne zaproszenie do zatrzymania się, do refleksji. By jednak te symbole usłyszeć, trzeba uwrażliwić ucho, nastawić się na głębokie, uważne słuchanie.

Czasem jednak można uchu pomóc, niejako wskazując, skąd dany sygnał dźwiękowy pochodzi. Wszak, jak zauważa Agata Stanisz, „nie ma możliwości rozpoznania krajobrazu dźwiękowego poszczególnych fragmentów [...] [miała] bez udzielania wskazówek wizualnych” (Stanisz, 2012, s. 105). Do tej rady zdaje się intuicyjnie stosować Joanna Sikorzanka. W analizowanych reportażach dziennikarka bardzo często swoim głosem wskazuje na źródło pochodzenia danego dźwięku – „samochód, musimy przejść” – mówi; „z jednej strony bursa, plac zabaw, garaże” – stwierdza w innym miejscu. Dziennikarka, wskazując na fizyczne przedmioty, z których dobiega źródło dźwięku, ułatwia słuchaczowi odnalezienie się w przestrzeni akustycznej miasta, do której te przedmioty należą.

Podobnie jak nie ma potrzeby – analizując przestrzeń miejską – oddzielać słuchu od wzroku, nie należy też izolować innych zmysłów. Tańczuk, podkreślając zmienność doświadczenia audialnego miasta, zwraca uwagę, by pamiętać o „multisensorycznym charakterze percepcji człowieka, o złożoności doświadczenia miasta” (Tańczuk, 2015, s. 19). Takiej myśli wtóruje Stanisz, stwierdzając, że „dźwięki, podobnie jak zapachy tworzą atmosferę przestrzeni. Dane miejsce nie tylko wygląda, ale też charakterystycznie pachnie i wypełnione jest określonymi dźwiękami” (Stanisz, 2012, s. 108). Słowa te przypominają zacytowane na początku tekstu stwierdzenie wybitnej polskiej reportażystki radiowej, Ireny Piłatowskiej, o tym, że dobry reportaż ma nie tylko dźwięczeć, ale i pachnieć, oddawać kolory i smaki (Piłatowska, 2009, s. 35).

O tym, że dźwięk „pachnie” i może wywoływać fizyczne doznania, na przykład chłód, dowodzą fragmenty reportażu Sikorzanki. Dzieje się tak, gdy mikrofon rejestruje akustyczną przestrzeń rynsztoków czy starych kamienic. W tej przestrzeni dźwięk staje się nieco bardziej „głuchy”, momentami pusty, pojawia się charakterystyczne echo, słowa bohaterów jakby odbijają się od zimnych, mokrych ścian, sprawiając, że słuchacz fizycznie może odbierać chłód danego miejsca.

Fakt, że dźwięk wywołuje inne doznania zmysłowe, związany jest z sytuacją, o której pisze Losiak: „dźwięk potrafi przywołać wspomnienie, odtworzyć zatarty obraz” (Losiak, 2012a, s. 80). To wspomnienie może być doznaniem wizualnym, może kojarzyć się ze smakiem, zapachem, kolorem. Dla każdego słuchacza będzie czymś indywidualnym, gdyż przestrzeń akustyczna jest dla człowieka, który odbiera ją personalnie i emocjonalnie (Losiak, 2007, s. 241).

Podsumowanie

Joanna Sikorzanka stara się swoimi reportażami przywrócić znaczenie historycznych miejsc i obiektów, ocalić od zapomnienia historię miasta. Narracja opowieści ma charakter retrospektywny (Wolski, 2015, s. 31), dziennikarka próbuje bowiem nie tyle pamięć zbudować, co odbudować, odkopać z gruzów, spod przygniatającej ją warstwy codzienności, przywrócić getto w świadomości mieszkańców Łodzi podczas rozmów, często dotyczących bardzo podstawowych

faktów, ale faktów nieznanyc. Stara się w końcu zbudować pomost między Łodzią wojenną a dzisiejszą. Wszystkie audialne opowieści mają przeciwie wspólną cechę: zespojenie terażniejszości z historią (Pleszkun-Olejniczakowa, 2007, s. 381).

Joanna Sikorzanka osadza wędrówkę śladami historii w audialnym pejzażu współczesnego miasta. Poszukiwanie pozostałości po Litzmannstadt Ghetto dzieje się w drodze, dlatego też warstwa akustyczna tego spaceru ulega nieustannym przemianom. Wędrówka ta zarówno fabularnie, jak i akustycznie zakłada otwartość na spotkania, zwroty akcji, ruchy w przestrzeni, przypadek. Nieprzypadkowe jest jednak połączenie przeszłości ze współczesnością. Sugeruje ono – z jednej strony – że miasto zawsze pozostanie świadkiem historii, która się w nim wydarzyła, z drugiej – świadczy o tym, że życie w mieście będzie toczyło się dalej. Reportaże Joanny Sikorzanki o Litzmannstadt Ghetto, także dzięki bogactwu warstwy akustycznej, są barwnymi lekcjami historii, wpisującymi się w interdyscyplinarne rozważania na temat istoty i znaczenia pejzażu dźwiękowego miasta.

Bibliografia

- Bachura-Wojtasik, Joanna (2014). Narracyjne formy radiowe jako przykłady artystycznych realizacji audiosfery. W: Doliwa, Urszula (red.). *Radio w dobie nowych mediów*. Olsztyn: Wydawnictwo UWM, 63–80.
- Bachura-Wojtasik, Joanna; Sygizman, Kinga (2016). Polskie Radio Łódź. W: Kuca, Paweł; Furman, Wojciech i Wolny-Zmorzyński, Kazimierz (red.). *Radio regionalne w Polsce*. Rzeszów: Wydawnictwo UR, 133–140.
- Baranowski, Julian (2009). Getto Litzmannstadt. W: Loose, Ingo (oprac). Goldstein, Maria (tłum). *Żydzi berlińscy w Litzmannstadt Getto 1941–1944*, Łódź: Wydawnictwo Archiwum Państwowego w Łodzi i Fundacji Topografia Terroru.
- Cudny, Waldemar; Kubiak, Ewa i Rouba, Rafał (2011). Dziedzictwo kulturowe Łódzkich Żydów i jego rola w rozwoju współczesnej Łodzi i regionu łódzkiego. *Przegląd Nauk Historycznych*, X(1), 117–136.
- Czarnek-Wnuk, Paulina (2020). Reportaż radiowy a pejzaż dźwiękowy. Zarys problematyki. *Zagadnienia Rodzajów Literackich*, 63(136), 59–69.
- Getto łódzkie*, [online]. Centrumdialogu.com. Dostęp: <https://www.centrumdialogu.com/getto/historia> [19.09.2021].
- Kempa, Andrzej i Szukalak, Marek (2004). *Żydzi dawnej Łodzi. Słownik biograficzny Żydów Łódzkich oraz z Łodzią związanych*, t. 4. Łódź: Oficyna Bibliofilów.
- Kozieł, Małgorzata (2011). Środowisko literackie w getcie łódzkim. W: Majewski, Tomasz i Zeidler-Janiszewska, Anna (red.). *Pamięć Shoah. Kulturowe reprezentacje i praktyki upamiętnienia*. Łódź: Oficyna, 163–188.
- Krzemińska, Wanda i Krzemińska, Agnieszka (2007). Ekspansja nowych form komunikacyjnych w środowisku dźwiękowym człowieka. W: Janiak, Agnieszka; Krzemińska, Wanda i Wojtasik-Tokarz, Anna (red.). *Przeźrenie wizualne i akustyczne człowieka. Antropologia audiowizualna jako przedmiot i metoda badań*. Wrocław: Wydawnictwo Naukowe DSWE TWP, 110–127.
- Losiak, Robert (2007). Miejskie pejzaże dźwiękowe. Z projektu badań nad audiosferą w doświadczeniu odbiorczym. W: Janiak, Agnieszka; Krzemińska, Wanda i Wojtasik-Tokarz, Anna (red.). *Przeźrenie wizualne i akustyczne człowieka. Antropologia audiowizualna jako przedmiot i metoda badań*. Wrocław: Wydawnictwo Naukowe DSWE TWP, 237–246.

- Losiak, Robert (2012a). Foniczne ingerencje w miejskiej przestrzeni. Instalacja dźwiękowa „(Od)głosy w zaułkach”. W: Losiak, Robert i Tańczuk, Renata (red.). *Audiosfera miasta*. Wrocław: Wydawnictwo UWr, 79–88.
- Losiak, Robert (2012b). Słuchanie miasta? Wokół koncepcji badań miejskiej audiosfery. W: Losiak, Robert i Tańczuk, Renata (red.). *Audiosfera miasta*. Wrocław: Wydawnictwo UWr, 11–15.
- Majewski, Tomasz (2011). Ghetto Litzmannstadt. W: Majewski, Tomasz i Zeidler-Janiszewska, Anna (red.). *Pamięć Shoah. Kulturowe reprezentacje i praktyki upamiętnienia*. Łódź: Oficyna, 128–130.
- Nacher, Anna (2010). Komponować świat, słuchając – dźwięk jako komunikacja. *Przegląd Kulturoznawczy*, 1(7), 75–86.
- Pawłowska, Krystyna (2012). Dźwięk w krajobrazie jako przedmiot badań i środek wyrazu w sztuce ogrodowej i architekturze krajobrazu. W: Losiak, Robert i Tańczuk, Renata (red.). *Audiosfera miasta*. Wrocław: Wydawnictwo UWr, 31–56.
- Piłatowska, Irena (2009). Reportaż jako artystyczny gatunek radiowy. *Media – Społeczeństwo – Kultura*, 1(2), 30–39.
- Pleszkun-Olejniczakowa, Elżbieta (2007). Polacy i Żydzi we współczesnym reportażu radiowym. *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica*, 9, 379–391.
- Podolska, Joanna (2011). Pamięć getta w Łodzi. W: Majewski, Tomasz i Zeidler-Janiszewska, Anna (red.). *Pamięć Shoah. Kulturowe reprezentacje i praktyki upamiętnienia*. Łódź: Oficyna, 237–246.
- Roemer, Nils (2015). Pamięć Zagłady wpleciona w przestrzeń niemieckich miast. W: Galant, Arleta; Krasucki, Eryk; Krupiński, Piotr i Wolski, Piotr (red.). *Monady. Polsko-niemiecko-żydowskie po(st)graniczne narracje miejskie*. Kraków–Budapeszt: Austeria, 179–203.
- Skok, Wiktor (2011). Teren. W: Majewski, Tomasz i Zeidler-Janiszewska, Anna (red.). *Pamięć Shoah. Kulturowe reprezentacje i praktyki upamiętnienia*. Łódź: Oficyna, 205–208.
- Stanisz, Agata (2012). Audiografia i dewizualizacja antropologii w badaniu miejskiej audiosfery. W: Losiak, Robert i Tańczuk, Renata (red.). *Audiosfera miasta*. Wrocław: Wydawnictwo UWr, 99–111.
- Sygizman, Kinga (2018). Ciemna strona miasta. Łódź w reportażach radiowych Joanny Sikorzanki. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna*, 15, 57–69.
- Tańczuk, Renata (2015). „Pejzaż dźwiękowy” jako kategoria badań nad doświadczeniem miasta. *Audiosfera. Koncepcje – Badania – Praktyki*, 1, 10–19.
- Wolski, Paweł (2015). Po(st)graniczne narracje miejskie. Wprowadzenie do tematu. W: Galant, Arleta; Krasucki, Eryk; Krupiński, Piotr i Wolski, Piotr (red.). *Monady. Polsko-niemiecko-żydowskie po(st)graniczne narracje miejskie*. Kraków–Budapeszt: Austeria, 27–59.

Streszczenie

Artykuł traktuje o reportażach dziennikarki Polskiego Radia Łódź, Joanny Sikorzanki, podejmujących tematykę Łodzi żydowskiej. Przemierzając współcześnie ulice, przy których mieszkali niegdyś Żydzi, eksplorując tereny, gdzie mieściło się getto, reportażystka stara się zbudować pomost pamięci między przeszłością i teraźniejszością, przywrócić znaczenie historycznej części miasta. Celem artykułu jest omówienie cyklu tekstów podejmujących tematykę Łodzi żydowskiej, ze szczególnym uwzględnieniem stylistyki przekazów, technik organizacji materii audialnej, budowania dramaturgii, a także sposobu pracy – rejestrowania nagrań czy rozmawiania z bohaterami. Podstawą teoretyczną rozważań o akustycznej przestrzeni współczesnej Łodzi są zagadnienia dotyczące pejzażu dźwiękowego. Analiza poetyki przekazów i analiza komparatystyczna pozwalają wzbogacić interdyscyplinarne rozważania na temat pejzażu dźwiękowego miasta o wiedzę z zakresu teorii reportażu radiowego.

Analizie i interpretacji poddane zostały cztery reportaże: tryptyk o śladach getta – „www.slady”, „ślady-reaktywacja” i „po śladach”, a także utwór „Czarni chytry”.

Soundspace of Litzmannstadt Ghetto. Radio documentaries by Joanna Sikorzanka

S u m m a r y

This article describes radio documentaries by the Polish Radio Łódź journalist Joanna Sikorzanka on the subject of Jewish Łódź. Walking in the streets where Jews once lived, exploring the area where the ghetto was located, she tries to build a memory bridge between the past and present. The aim of the article is to discuss a series of articles on the topic of Jewish Łódź, with particular emphasis on the style of radio documentaries, the method of organizing aural material, building dramaturgy, as well as the technique of work – the way of making a recording or the way of talking with the characters. The theoretical basis for the considerations about the acoustic space of contemporary Łódź are issues related to the soundscape. The analysis of the poetics of radio stories and a comparative analysis allows enriching interdisciplinary deliberations on the city's soundscape with knowledge of the theory of radio documentary.

Four radio works are discussed in the text: a triptych on the traces of the ghetto „www.slady”, „ślady-reaktywacja” i „po śladach”, along with „Czarni chytrzy”.

Karolina Burno-Kaliszuk

ORCID: 0000-0002-9471-210X

Institut Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Melania, Taylor i Kylie po polsku. Amerykańskie celebrytki w przekazach polskich portali plotkarskich w 2020 roku

Słowa kluczowe: celebryci, dziennikarstwo plotkarskie, dziennikarstwo celebryckie, serwisy plotkarskie, tabloidyżacja

Keywords: celebrities, gossip journalism, celebrity journalism, gossip websites, tabloidization

Wstęp

Nowomediálny ekosystem, którego dystynktywnymi elementami są media o globalnym zasięgu i zakresie oddziaływania (Lister i in., 2009), uczynił z celebrytów przedmiot transgranicznego obiegu kulturowego, dzięki czemu użytkownicy platform sieciowych mogą dzisiaj niemal nieskończenie kopiować, modyfikować i udostępniać wizerunki zagranicznych gwiazd, jak również tworzyć i rozpowszechniać na ich temat własne treści (Holmes i Redmond, 2006, s. 4). Oczywiście tradycyjne, przedinternetowe media masowe umożliwiały swoim pracownikom oraz odbiorcom podobne działania, czego jednoznacznym dowodem są chociażby wypowiedzi medialne na temat śmierci księżnej Diany (Elliott i Boyd, 2018, s. 13). Niemniej skala zachodzącego w nich procesu demokratyzacji obiegu celebrytów była inna. „Rozprzestrzenialne media”, jak nazywane bywają skonwergowane platformy sieciowe (Jenkins i in., 2019), znacząco zwiększają przestrzeń narracji typu *human interest stories* (por. Cashmore, 2006, s. 54–55), a tym samym dostępność i zauważalność treści o celebrytach. Odbiorcy mający niegdyś wyłącznie dostęp do lokalnych przekazów zyskują dzięki internetowi natychmiastowy wgląd w międzynarodowe treści plotkarskie oraz, co ważniejsze, w kanały prowadzone bezpośrednio przez „obiekty” tychże plotek.

Dostępność materiałów na temat celebrytów i większa swoboda w zakresie ich sieciowej promocji nie zmieniły jednak dominującej tendencji – Stany Zjednoczone posiadają najbardziej rozwinięty i rozpoznawalny przemysł celebrycki (Turner, 2014, s. 44). Amerykańskie gwiazdy są identyfikowane i konsumowane

globalnie. Poświęca się im też zdecydowaną większością opracowań naukowych (por. Brockington, 2015, s. 493; Driessens, 2018, s. 245).

Wysoka reprezentacja i rozpoznawalność medialna amerykańskich celebrytów nie czyni jednakże z ich medialnych obrazów tworców jednorodnych kulturowo. Jak zauważa Paul Rixon (2011, s. 47), istnieje: „konieczność uwzględnienia przez lokalne media własnych priorytetów biznesowych; istniejących sposobów portretowania i pisania o sławie; potrzeb publiczności; i właściwości kultury narodowej. To, co zadziało w jednej sytuacji krajowej, może nie dać się bezpośrednio przenieść do innej”¹.

Zagraniczne redakcje, aby osiągać zakładane cele komercyjne oraz sprostać oczekiwaniom odbiorców, muszą wpisywać amerykańskich celebrytów w lokalne zwyczaje i konteksty (Johansson, 2006, s. 345). Dokonywana przez nie reinterpretacja opisywanych zdarzeń, po pierwsze, pozwala zrozumieć newsy czytelnikom, którzy nie posiadają wystarczającego doświadczenia kulturowego ani znajomości języka obcego umożliwiającą samodzielną weryfikację i interpretację przedstawianych faktów, a po drugie – podnosi atrakcyjność narracji poprzez jej dostosowanie do lokalnych zwyczajów komunikacyjnych i zasad obróbki tekstu dziennikarskiego. Podsumowując, obraz amerykańskich celebrytów w mediach plotkarskich, a także sposób konsumpcji tychże doniesień, może się różnić w zależności od kraju, w jakim funkcjonują te treści (Littler, 2011, s. 1).

W tym miejscu należy jeszcze zaznaczyć, że zarówno w lokalnym, jak i w globalnym obiegu medialnym wizerunek celebrytów obecny w newsach plotkarskich jest kolejną zapośredniczoną reprezentacją. Celebryci – „produkt” współczesnej kultury, ekonomii, komunikacji oraz towarzyszących im społecznych fascynacji (por. Holmes i Redmond, 2006, s. 4) – są przedstawiani niczym postaci fabularne. O narracjach na ich temat decyduje przy tym równocześnie szereg działań z zakresu *publicity* i *public relations* (Turner, 2014, s. 50) oraz społeczne przekonania odbiorców, które są tworzone na podstawie logicznej interpretacji tekstu o gwiazdach i towarzyszących mu reakcjach emocjonalnych (Hirdman, 2017, s. 368).

Badania

Opierając się na koncepcji globalnego obiegu celebrytów i założeniu, zgodnie z którym sposób relacjonowania wydarzeń w mediach zależy od kontekstu kulturowego, a także mając na uwadze brak polskojęzycznych opracowań poświęconych sposobom przedstawiania amerykańskich celebrytów w krajo-

¹ Tekst oryginalny: “the imperative of the local media to take account of their needs as a commercial entity; existing ways of representing and writing about celebrity; the demands of the audience; and the sensibilities of the national culture. What worked in one national situation might not transfer in a direct form to another” (tłum. własne).

wych portalach plotkarskich², za nadrzędny cel badań uznano odpowiedź na dwa pytania: (Q1) jak wybrani aktorzy medialni ze Stanów Zjednoczonych są przedstawiani w polskich portalach plotkarskich oraz (Q2) jak krajowi nadawcy plotkarscy „tłumaczą” amerykańskie obrazy medialne celebrytów.

Badania zostały przeprowadzone z wykorzystaniem narzędzi ilościowej i jakościowej analizy zawartości. Szczegółowe pytania badawcze odnosiły się do pięciu kategorii: (1) problematyki i dyskursywności; (2) źródeł informacji; (3) funkcjonalności materiałów fotograficznych; (4) charakteru logicznego i emocjonalnego; (5) kontekstu kulturowego. Odpowiedzi na pytania zamknięte zostały zdefiniowane na podstawie wcześniejszych badań dotyczących dziennikarstwa plotkarskiego: grup tematycznych wyróżnionych przez Magdalenę Mateję (2011, s. 62), pól dyskursywnych, wydźwięku newsa i typów fotografii celebryckich wskazanych przez zespół naukowy kierowany przez Wiesława Godzica (Godzic i in., 2019, s. 34, 36–37) oraz funkcji obrazów względem tekstu omówionych przez Katarzynę Sobczak (2014, s. 150–153). W przypadku pytań dotyczących źródeł informacji, sposobów obróbki zdjęć, obiektów krytyki/pochwały i etykiet przyjęto autorski klucz odpowiedzi lub zdecydowano się na zastosowanie odpowiedzi opisowych.

Próbie badawczą stanowiły artykuły internetowe opublikowane w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 roku w trzech najpopularniejszych polskich portalach plotkarskich (według stanu na grudzień 2020 roku): Pudelek.pl, Plotek.pl, Gwiazdy.wp.pl (Erling, 2021), oraz na amerykańskiej stronie TMZ.com – uznanej przez polskie media za wzorcowy przykład tzw. *gossip site* (Niebudek, 2016). Dobór próby został przeprowadzony trój etapowo. W pierwszym etapie na podstawie kryterium płciowości podmiotów relacji medialnych odrzucono newsy poświęcone mężczyznom. Wcześniejsze badania mediów plotkarskich (Hirdman, 2017, s. 366) wskazały bowiem, że wiadomości dotyczące celebrytów w zdecydowanej większości dotyczą kobiet i jako gatunek są opracowane tak, aby przyciągać uwagę żeńskiej części audytorium. W trakcie drugiego etapu pozostałe wypowiedzi przyporządkowano do jednej z trzech kategorii stworzonych na podstawie klasyfikacji celebrytów (Mołęda-Zdziech, 2013, s. 198–199): newsy o celebrytach z przypisanym statusem, newsy o celebrytach z uzyskanym statusem oraz newsy o celebrytach ze statusem nadanym przez media. W trzecim etapie wybrano z każdej kategorii teksty dotyczące jednego celebryty, który był przedmiotem zainteresowania redakcji wszystkich portali plotkarskich uwzględnionych w badaniu. Tym samym do analizy zostały zakwalifikowane artykuły oznaczone słowami kluczowymi (tagami) stanowiącymi zapis imienia i nazwiska następujących celebrytek: Melanii Trump – celebrytki z przypisanym statusem, Taylor Swift – celebrytki z uzyskanym statusem oraz Kylie Jenner – celebrytki o statusie nadanym przez media. Warto w tym miejscu nadmienić, że Swift oraz Jenner w 2019 roku zajęły czołowe miejsca

² Wniosek postawiony na podstawie przeglądu tytułów i abstraktów polskojęzycznych publikacji w bazie Google Scholar, które zostały oznaczone słowem kluczowym „portal plotkarski” (N=406).

w rankingu stu najlepiej opłacanych gwiazd, przygotowywanym co roku przez magazyn „Forbes” (Forbes, 2019), a w 2020 roku Jenner zajęła w nim pierwszą lokatę (Forbes, 2021).

Ostatecznie próba obejmowała 247 artykułów internetowych i rozkładała się w następujący sposób: Pudelek.pl – 85 newsów (Melania Trump – 20, Taylor Swift – 12, Kelly Jenner – 53), Plotek.pl – 66 newsów (Melania Trump – 34, Taylor Swift – 7, Kelly Jenner – 25), Gwiazdy.wp.pl – 23 newsy (Melania Trump – 2, Taylor Swift – 5, Kelly Jenner – 16), TMZ.com – 73 newsy (Melania Trump – 11, Taylor Swift – 23, Kelly Jenner – 39). W próbie nie uwzględniono 55 artykułów, które mimo oznaczenia słowem kluczowym wskazującym na ww. celebrytki nie relacjonowały dotyczących ich wydarzeń.

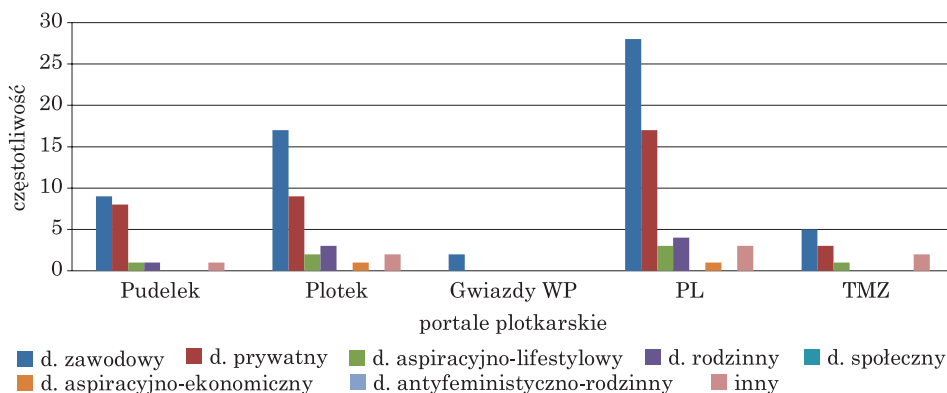
Wyniki

Melania Trump – celebrytka o przypisanym statusie

Polskie portale plotkarskie, za wyjątkiem strony Gwiazdy.wp.pl, publikują doniesienia o Melanii Trump częściej niż ich amerykański odpowiednik. Wydawcy Pudelka udostępnili w badanym okresie o 181% więcej newsów niż TMZ.com, a redakcja Plotka aż o 309%. Co więcej, portal należący do Agory zamieszczał wiadomości poświęcone celebrytce niemal w każdym miesiącu (poza lipcem i wrześniem). Ze zgromadzonych danych wynika też, że treści były udostępniane przez poszczególne redakcje w różnych terminach, a zaobserwowane zbieżności w tym zakresie (10 przypadków) dotyczą głównie newsów Pudelka i Plotka (8 przypadków).

Dominującym tematem wiadomości o żonie Donalda Trumpa w Polsce były, podobnie jak w Stanach Zjednoczonych, kwestie dotyczące pracy, kariery i pieniędzy (46%). Niemniej w przypadku portalu Pudelek.pl prym wiodły doniesienia o życiu intymnym (40% wszystkich wiadomości udostępnionych przez tę redakcję). Ta sama redakcja zwracała również uwagę odbiorców na urodę i zdrowie oraz osobowość i styl życia pierwszej damy. O ile to pierwsze zagadnienie było też przedmiotem zainteresowania Plotka i TMZ, to newsy dotyczące sposobu życia zostały omówione wyłącznie przez autorów Pudelka.

Spoglądając na zagadnienie problematyki publikacji przez pryzmat kategorii dyskursu celebryckiego, widać wyraźną zbieżność pomiędzy praktykami publikacyjnymi wszystkich analizowanych nadawców (poza Gwiazdy.wp.pl). W pierwszej kolejności redakcje upubliczniały wiadomości o zagadnieniach zawodowych (50%), następnie o życiu prywatnym (30%), a na końcu o wątkach zdrowotnych (7%) i aspiracyjno-lifestylowych (5%). W przeciwieństwie do TMZ.com wydawcy Pudelka i Plotka w swoich artykułach odnosili się także do problemów rodzinnych (4%). W żadnym z analizowanych newsów nie pojawiło się natomiast odniesienie do kategorii antyfeministyczno-rodzinnej, a kwestiom aspiracyjno-ekonomicznym poświęcono wyłącznie jeden artykuł opublikowany na portalu Plotek.pl.



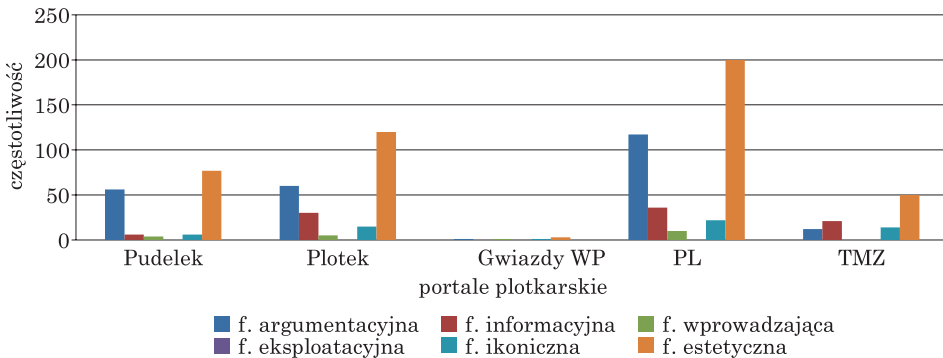
Rys. 1. Dyskursy celebryckie w newsach o Melanii Trump w okresie 1.01–31.12.2020 r. (N=67)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Polskojęzyczne publikacje o Melanii Trump nie odnosiły się jednoznacznie do wykorzystywanych źródeł informacji, chyba że udostępnianymi materiałami były obrazy i multimedia. Głównymi twórcami informacyjnymi analizowanych newsów były zdjęcia z agencji fotograficznych (271 fotografii, w tym 170 udostępnionych przez redakcję Plotek.pl) albo kolaże stworzone ze zdjęć agencyjnych i/lub reprezentacji społecznościowych (49 przypadków). Redakcje chętnie wykorzystywały też doniesienia z mediów społecznościowych należących zarówno do celebrytki (36 przypadków), jak i innych użytkowników (41 przypadków). W tym samym czasie TMZ.com czterokrotnie upublicznił samodzielnie zdobyte materiały na temat Trump, 87 razy skorzystał z materiałów agencyjnych i kolaży zdjęć, a wyłącznie ośmiokrotnie z treści społecznościowych, przy czym zaledwie trzy z tych zapożyczeń pochodziły z kont bohaterki.

W zdecydowanej większości (82%) obrazy ilustrujące teksty o Melanii Trump w polsko- i amerykańskojęzycznych mediach plotkarskich nie były modyfikowane, a gdy się to działo, autorzy najczęściej sięgali po technikę kolażu (13%). Z kolei duża dostępność oficjalnych fotografii pierwszej damy przełożyła się w analizowanej próbie na wyraźną dominację ilustracji o charakterze promocyjnym – zdjęć, które zostały wykonane podczas oficjalnych wydarzeń, pełnienia powierzonej funkcji publicznej (67%). Zamykając wątek obrazów, należy nadmienić, że w tekstach Pudelka, Plotka, TMZ, a pośrednio również Gwiazdy.wp.pl, wykorzystywane zdjęcia pełniły względem tekstu funkcję estetyczną (52%). Zachowaniem komunikacyjnym, które będzie wyróżniać na tym polu polskie redakcje, jest za to posiłkowanie się fotografiami jako argumentami (30%), widoczne zwłaszcza w tekstach udostępnianych przez portale Pudelek.pl i Plotek.pl.

Przechodząc do warstwy emocjonalnej, zarówno polskie serwisy plotkarskie, jak i amerykański TMZ.com zachowują dużą powściągliwość. 58 z 67 artykułów posiada charakter neutralny, niemniej w newsach tych można doszukać się elementów krytyki bądź pochwały. Wątki krytyczne, poza jednym newsiem TMZ



Rys. 2. Funkcje obrazów w newsach o Melanii Trump w okresie 1.01–31.12.2020 r. (N=67)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

i Gwiazdy WP, a także trzema publikacjami Pudelka, pojawiają się głównie na stronie Plotek.pl (11 przypadków). Redakcja podnosi w uwagach problemy związane z aktywnością zawodową i sposobem ubierania się pierwszej damy. Wątki pochlebne są obecne wyłącznie na Pudelku i Plotku (9 przypadków), a ich problematyka odnosi się do wyglądu Melanii Trump (5 pochwał ubioru i 3 pochwały ciała) oraz jej wypowiedzi na temat dzieci migrantów (1 pochwała).

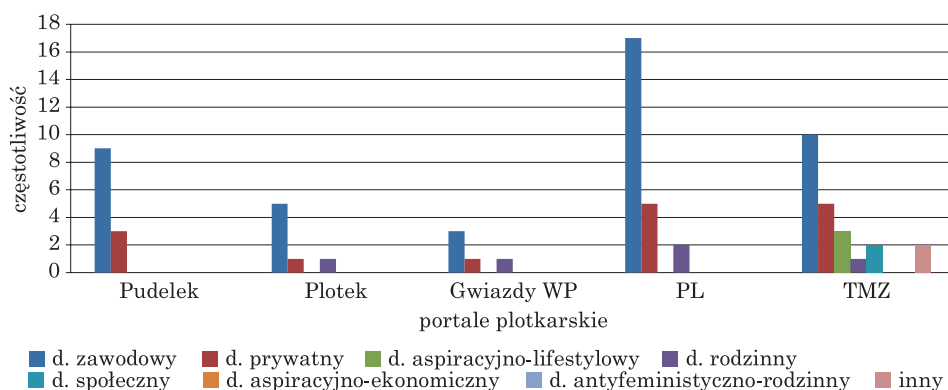
Ocena celebrytki uwidacznia się również w sposobie jej etykietowania. Melania Trump jest przedstawiana w polskich mediach przede wszystkim jako pierwsza dama (*pierwsza dama USA, pierwsza dama Stanów Zjednoczonych, pierwsza dama, dotychczasowa pierwsza dama, (wciąż obecna) pierwsza dama*) lub żona Donalda Trumpa (*żona Donalda Trumpa, żona Trumpa, żona prezydenta USA, żona prezydenta Stanów Zjednoczonych, 24 lata młodsza ukochana Donalda, żona biznesmana, trzecia żona Donalda Trumpa, żona polityka, żona Donalda, ukochana prezydenta*), co nieustannie podkreśla jej „wrodzoną” celebryckość.

W analizowanych artykułach zwraca się także uwagę na jej pochodzenie (*Słowenka, słoweńska modelka, emerytowana modelka ze Słowenii*), wykonywany wcześniej zawód modelki (*ex-modelka, gwiazda modellingu, modelka, była modelka, ambitna modelka*) oraz status celebryty-idola (*celebrytka, idolka, aspirująca celebrytka*). Dodatkowo, w trzech polskojęzycznych tekstach wykorzystane zostają nośne stereotypy: (1) Melania Trump jako współczesny Kopciuszek; (2) Melania Trump jako twarda kobieta wychowana przez komunizm. W publikacjach TMZ obecne są w tym czasie wyłącznie sformułowania wskazujące na pełnioną funkcję publiczną (*The First Lady*) bądź związek małżeński (*Mrs. Trump*).

Polskie publikacje dotyczące celebrytki są także opatrywane odredakcyjnym komentarzem, który przybliży przeszłe zdarzenia z życia bohaterki lub tłumaczy kontekst problemu omawianego w newsie. Wskazane wprowadzenia posiada 96% artykułów poświęconych Melanii Trump. Redakcje zwracają w nich uwagę głównie na skomplikowaną relację łączącą pierwszą damę z mężem.

Taylor Swift – celebrytka z uzyskanym statusem

Zainteresowanie polskich serwisów plotkarskich osobą Taylor Swift w badanym okresie było o wiele niższe niż w ich amerykańskim odpowiedniku. Pudelek.pl opublikował o 48% mniej newsów niż TMZ.com, Plotek.pl – o 70%, a Gwiazdy.wp.pl – o 78% mniej. Pomimo mniejszej liczby newsów w analizowanej próbie wyraźniejsza staje się zbieżność czasowa publikacji. Aż osiem razy redakcje udostępniają wiadomości o celebrytce tego samego dnia, co więcej siedem z tych terminów było zbieżnych z TMZ.com: Pudelek – TMZ (3 przypadki), Plotek – TMZ (2 przypadki), Gwiazdy WP – TMZ (1 przypadek), Plotek – Gwiazdy WP – TMZ (1 przypadek), Pudelek – Plotek (1 przypadek).

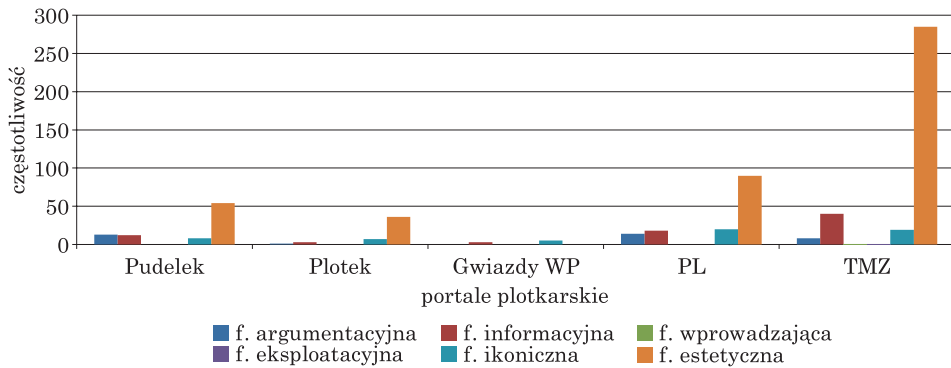


Rys. 3. Dyskursy celebryckie w newsach o Tylor Swift w okresie 1.01–31.12.2020 r. (N = 47)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Głównym zainteresowaniem wszystkich serwisów są praca i kariera wokalistki (65%). W publikacjach na jej temat obecne są też odniesienia do jej spraw intymnych (21%) oraz urody i zdrowia (obecne w Pudelku, Gwiazdach WP i TMZ, 11%). Redakcja TMZ.com dodatkowo udostępniła jeden artykuł o osobowości i stylu życia gwiazdy. Podobną spójność możemy odnotować, poszukując w newsach o Taylor Swift kategorii dyskursu celebryckiego. W każdym portalu pierwsze miejsce pod względem liczebności zajmują wiadomości o sferze zawodowej (Pudelek – 75%, Plotek – 71%, Gwiazdy WP – 60%, TMZ – 43%), a drugie – dotyczące prywatności celebrytki (Pudelek – 25%, Plotek – 14%, Gwiazdy WP – 20%, TMZ – 22%). Ta klasyfikacja pozwala dostrzec jednak większą różnorodność problemową w publikacjach amerykańskojęzycznych, gdzie poza wymienionymi kategoriami pojawiają się również odniesienia do tematów lifestylowych, działalności charytatywnej, antyrasistowskiej i politycznej.

Pod względem wykorzystywanych materiałów dominującym źródłem dla polskich mediów pozostają zdjęcia dystrybuowane przez agencje fotograficzne (81 przypadków), a w dalszej kolejności konta społecznościowe artystki (33 przypadki) i wiadomości udostępniane przez innych użytkowników sieci



Rys. 4. Funkcje obrazów w newsach o Taylor Swift w okresie 1.01–31.12.2020 r. (N = 47)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

społecznościowych (18 przypadków). Nieobecne są natomiast informacje zdobyte samodzielnie przez redakcje, które w TMZ.com zostały wykorzystane sześć razy.

Dominująca forma przedstawień wizualnych Taylor Swift to zdjęcia o charakterze promocyjnym (95 przypadków), lecz z perspektywy statystycznej w omawianych newsach dominują obrazy, które nie przedstawiają celebrytki (303 przypadki), a które zostały dołączone do wiadomości na zasadach powiązanej galerii. Wśród udostępnianych przez redakcje fotografii znajdują się także te, które są autoprezentacjami w mediach społecznościowych (35 przypadków), materiałami paparazzi (19 przypadków) oraz kopiami ekranu, które uchwytują gwiazdę podczas występów albo w sytuacjach publicznych (16 przypadków). Uwagę zwracają przy tym różnice w rodzajach zdjęć widoczne pomiędzy redakcjami Plotka i TMZ. Pierwsza wykorzystuje w newsach przede wszystkim obrazy zaczerpnięte z oficjalnego kanału artystki w mediach społecznościowych (28%), a dopiero następnie zdjęć paparazzi (21%) i promocyjnych (19%). Druga, jeżeli zdjęcia pokazują celebrytkę, sięga prawie zawsze do zasobów agencyjnych (56%), w dalszej kolejności do treści udostępnionych przez Swift w mediach społecznościowych (20%) i na końcu materiałów paparazzi (10%).

Wykorzystywane fotografie celebrytki są modyfikowane przede wszystkim przez redakcje Pudelka i TMZ. Obaj nadawcy wykorzystują kolaże jako dominującą formę manipulacji zdjęciami (Pudelek – 11 przypadków, TMZ – 13 przypadków). Zastosowana technika nie przekłada się jednak na pełnioną przez obrazy funkcję argumentacyjną, którą dało się przypisać zaledwie 14 polskim i 8 amerykańskim przypadkom. Polskie redakcje stosują fotografie w roli elementów estetyzujących wypowiedź (63%), a dopiero w dalszej kolejności ikonicznych i informacyjnych. TMZ.com przyjmuje podobną strategię i, udostępniając obrazy, stara się uatrakcyjnić przekaz.

Polsko- i amerykańskojęzyczne newsy na temat Taylor Swift są wyważone emocjonalnie – 83% z nich posiada neutralne nacechowanie. Pozostałe 17% to w większości publikacje pochlebne (13%), w których Plotek, Gwiazdy WP i TMZ wyrażają uznanie dla działalności zawodowej wokalistki, jej zaangażowania

w akcje charytatywne oraz podejście do kwestii zdrowotnych i rodzinnych. Zaledwie dwa razy (raz w serwisie Pudelek.pl i drugi w TMZ.com) skrytykowano artystkę za ubiór oraz aktywność zawodową.

Podobne zdystansowanie widać w stosowanych przez redakcje etykietach. Amerykańska redakcja przywołuje tożsamość wokalistki, wykorzystując akronimy (*T-Swift, TS*) lub stałą konstrukcję leksykalną *famous singer*. Polskojęzyczne serwisy plotkarskie odnoszą się do posiadanego przez Swift statusu gwiazdy-idola (*gwiazda, gwiazdorka, gwiazda amerykańskiej sceny muzycznej, międzynarodowa gwiazda, nastoletnia gwiazdka country, idolka, idolka konserwatywnej części USA*), ale także do wykonywanego zawodu (*artystka, wokalistka, młoda piosenkarka, autorka tekstów, blond piosenkarka, jedna z najpopularniejszych wokalistek na świecie, jedna z najsympatyczniejszych piosenek na świecie*). Uwagę zwracają przy tym nieliczne etykiety odnoszące się do szeroko pojmowanej kondycji wokalistki (*oburzona wokalistka, problematyczna gwiazda, załamana wokalistka*) oraz jej kobiecości (*świadoma siebie i swoich poglądów kobieta, wojująca feministka*).

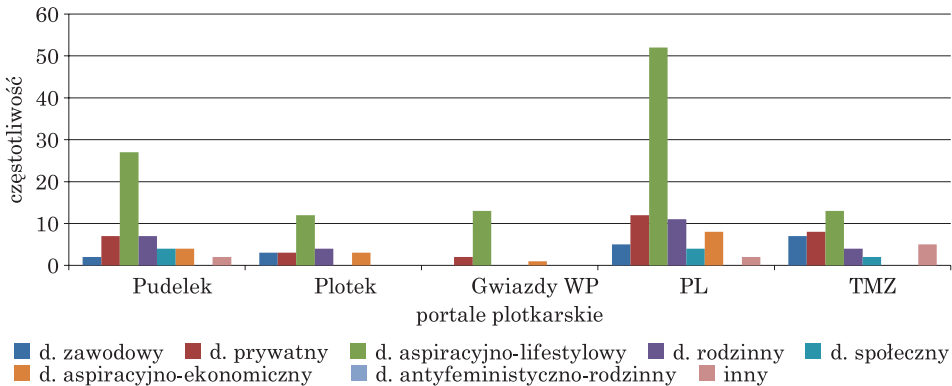
Artykuły plotkarskie o Taylor Swift publikowane w polskich portalach posiadały w większości omówienia wprowadzające w kontekst opisywanych w newsach wydarzeń (84%). Niemniej jedna z redakcji (Gwiazdy WP) w zasadzie ich nie wykorzystywała (wprowadzenie posiada 1 z 5 analizowanych tekstów). Warto w tym miejscu nadmienić, że tłumaczenie kontekstu pojawiło się również w czterech publikacjach TMZ.com.

Kylie Jenner – celebrytka o statusie nadanym przez media

Kylie Jenner wzbudziła w 2020 roku największe zainteresowanie analizowanych mediów plotkarskich. Poświęcono jej 133 artykuły, z czego 94 wypowiedzi to materiały przygotowane przez polskie redakcje. W Pudelku, Gwiazdach WP oraz TMZ poświęcono jej od 1,69 do 8 razy więcej uwagi niż dwóm pozostałym celebrytkom. O wiele częściej odnotowywana była w tym przypadku również zbieżność w zakresie terminów publikacji – łącznie 25, w tym 12 przypadków zbieżności polskich portali z TMZ.com oraz 13 przypadków zbieżności pomiędzy krajowymi portalami.

Duża aktywność publikacyjna dotycząca Jenner przełożyła się na zróżnicowanie w obrębie problemów podejmowanych przez redakcje. Pudelek.pl opisywał główne zagadnienia związane z urodą (32%), stylem życia (28%) oraz karierą celebrytki (23%). Artykuły udostępniane przez Plotka ogniskowały się wokół osobowości i stylu życia (44%), a teksty portalu Gwiazdy WP – urody i zdrowia (62%). W tym samym czasie amerykańskie TMZ opisywało aktywność zawodową Jenner (33%) albo jej sposób życia (31%). Jeszcze większą różnorodność w zakresie poruszanych tematów widać, gdy newsy przyporządkuje się zgodnie z przyjętymi kategoriami dyskursu plotkarskiego. Choć zarówno w polskojęzycznych portalach, jak i w ich amerykańskim odpowiedniku przeważają

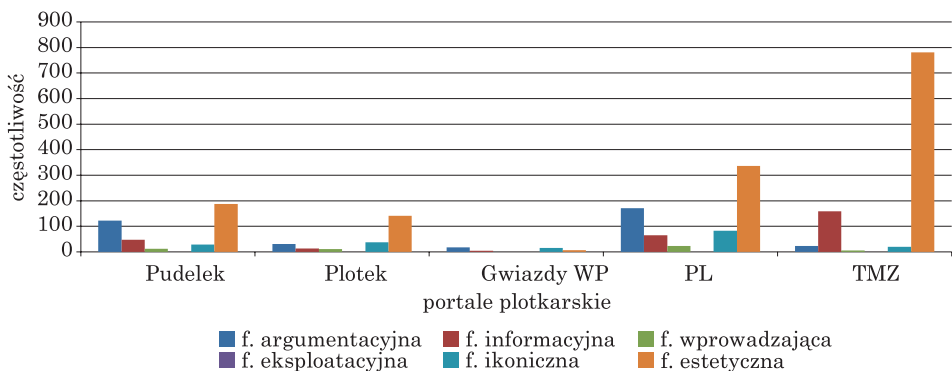
treści o charakterze aspiracyjno-lifestylowym (49% wszystkich publikacji), to w przypadku pozostałych kategorii widoczne są już pewne różnice. Krajowe redakcje są bardziej zainteresowane opisywaniem kwestii rodzinnych oraz ekonomicznych (21%) niż zawodowych i prywatnych (18%), które to wątki są obecne dwukrotnie częściej w publikacjach TMZ.



Rys. 5. Dyskursy celebryckie w newsach o Kylie Jenner w okresie 1.01–31.12.2020 r. (N = 133)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W przeciwieństwie do amerykańskiego serwisu (40 przypadków) polskie portale plotkarskie nie dysponują samodzielnie zdobytymi informacjami na temat Kylie Jenner. W udostępnianych wiadomościach zamieszczają najczęściej odwołania do mediów społecznościowych celebrytki (50%), a w dalszej kolejności do zdjęć pobranych ze stron agencji fotograficznych (18%). Dołączane do newsów obrazy mają przez to niemal wyłącznie charakter autopromocyjny bądź promocyjny (56%). W polskich mediach widoczna jest natomiast o wiele większa skłonność do modyfikacji obrazów (26%), zwłaszcza tworzenia kolaży (19%).



Rys. 6. Funkcje obrazów w newsach o Kylie Jenner w okresie 1.01–31.12.2020 r. (N = 133)

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Pewne przesunięcie widać również w relacji zachodzącej pomiędzy grafikami a tekstem. Amerykański TMZ wykorzystuje wizerunek Kylie Jenner przede wszystkim w trzech sytuacjach: (1) aby uatrakcyjnić przekaz (67%); (2) by dostarczyć dodatkowych informacji na temat charakteryzowanej osoby/wydarzenia (13%); (3) w celu dostarczenia argumentów za lub przeciw jakiejś opinii (12%). Tymczasem w polskojęzycznych portalach fotografie pojawiają się, poza nadrzędną funkcją estetyczną (49%), przede wszystkim w funkcji argumentacyjnej (25%).

Wydźwięk emocjonalny analizowanych newsów, tak jak w artykułach o Melanii Trump i Taylor Swift, należy uznać w zdecydowanej mierze za neutralny (76%). Polskojęzyczne media nieznacznie częściej chwala Jenner za to, jak wygląda jej ciało, jak się ubiera, a także za aktywność zawodową i pielęgnowane przez celebrytkę relacje rodzinne. Natomiast kiedy przechodzą do jej krytyki, zwracają większą uwagę niż TMZ.com na wizerunek bohaterki.

W newsach o Kylie Jenner skala wykorzystywanych etykiet jest najszerza – określenia są liczne i różnorodne. Amerykański portal, który dotychczas nie stosował zwrotów wyraźnie dookreślających status celebryty, w przypadku Kylie Jenner decyduje się na epitety wskazujące na jej uposażenie (*billionaire, future billionaire, nearly-Forbes billionaire child, self-made-billionaire, soon-to-be youngest self-made billionaire, world's youngest-ever „self-made” billionaire, youngest billionaire in history, billionaire mogul*) oraz, niekiedy w sposób powiązany z pierwszą etykietą, prowadzoną przez nią działalność biznesową (*billionaire cosmetics mogul, beauty mogul, cosmetics mogul*). Polskie redakcje plotkarskie zwracają natomiast uwagę na: (1) przynależność do rodziny Kardashian-Jenner – peryfraza złożona zwykle z nazwiska, ewentualnie nazwiska zintegrowanego z przyrostkiem „-ka” oraz epitetu określającego wiek (*Jennerka, Kardashianka, najbardziej medialna z Kardashianek, najlepiej zarabiająca członkini rodziny Kardashianów, najmłodsza członkini klanu Kardashian-Jenner, najmłodsza Kardashianka, najmłodsza przedstawicielka klanu Kardashianek-Jennerek, najmłodsza przedstawicielka klanu Kardashian-Jenner, najmłodsza z celebryckiego rodu, najmłodsza z celebryckiej rodziny, najmłodsza z Kardashianek-Jennerek, najmłodsza z klanu Kardashianów, najpopularniejsza Kardashianka, największa rodzinna gwiazda, uprzywilejowana dziedziczka rodzinnej fortuny, członek jednej z najstojniejszych rodzin na świecie, młoda Jennerka, najmłodsza Jennerka, najmłodsza z rodu Kardashianów, najmłodsza z rodu Kardashian-Jenner, najmłodsza Kardashianka, najmłodsza przedstawicielka rodziny Jenner-Kardashian, najmłodsza z rodu Jenner-Kardashian, najbogatsza osoba z rodziny Kardashian-Jenner, najmłodsza z rodziny Kardashian-Jenner*); (2) związek z siostrami, zwłaszcza z Kim Kardashian – peryfraza, która określa wiek i charakter powinowactwa (*młodsza siostra modelki, najbardziej kształtna z sióstr, najmłodsza i najbardziej poprawiona z sióstr, najmłodsza siostra Kim Kardashian, najmłodsza siostra z klanu Kardashian/Jenner, najmłodsza siostrzyczka, siostra Kim, siostra idealna, klon starszej siostry, jedna z najpopularniejszych sióstr rodu Kardashian-Jenner, najmłodsza z sióstr z rodu Kardashian-Jenner, siostra Kim Kardashian, siostra z klanu Kardashianek,*

najmłodsza z sióstr Kardashianek, klon Kim, młodsza siostra, najmłodsza z piątki Kardashianek, najmłodsza z pięciu sióstr, najmłodsza z sióstr Kardashian, najmłodsza z sióstr Kardashian-Jenner, najmłodsza z sióstr, najpopularniejsza z piątki Kardashianek, najmłodsza z sióstr rodu Kardashianów); (3) status materialny – peryfraza złożona z określenia wieku oraz żeńskiej formy rzeczowników „milioner”, „miliarder” (*najmłodsza miliarderka na globie, najmłodsza miliarderka na świecie, najmłodsza miliarderka świata, najmłodsza miliarderka wszechczasów, najmłodsza miliarderka, która do wszystkiego doszła sama, najmłodsza miliarderka, która sama dorobiła się swojej fortuny, najmłodsza miliarderka, najmłodsza na świecie miliarderka, która sama dorobiła się swojej fortuny, 20-letnia miliarderka, miliarderka, milionerka, młoda miliarderka, młodociana bogaczka, miliarderka, która „do wszystkiego doszła sama”, najmłodsza miliarderka świata, młoda miliarderka*); (4) działalność biznesową (*kosmetyczna magnatka, potentatka branży kosmetycznej, szefowa imperium kosmetycznego, właścicielka giganta kosmetycznego Kylie Cosmetics, właścicielka gigantycznej firmy kosmetycznej, właścicielka kosmetycznego imperium, założycielka kosmetycznego imperium, założycielka Kylie Cosmetics, założycielka marki Kylie Cosmetics, właścicielka kosmetycznego imperium, właścicielka marki Kylie Cosmetics*); (5) status celebrytki (*celebrytka, 22-letnia celebrytka, 23-letnia celebrytka, jedna z najśłynniejszych celebrytek na świecie, ulubienica tabloidów, nawrócona celebrytka, osoba, w którą zapatrzeni są młodzi na całym świecie, bohaterka kolejnych sensacyjnych medialnych nagłówków, jedna z tych osób, w które zapatrzeni są młodzi ludzie z całego świata, jedna z najpopularniejszych osób na świecie, osoba, w którą zapatrzeni są młodzi na całym świecie*). W zastosowanych zwrotach często podkreśla się wiek celebrytki, jej sytuację finansową i popularność, a także (rzadziej) wykorzystuje zwroty wyraźnie nacechowane emocjonalnie³.

Newsy dotyczące Kylie Jenner jako jedyne nie zostały opatrzone wprowadzeniem tłumaczącym kontekst opisywanych przez redakcje wydarzeń.

Podsumowanie

Obecność amerykańskich celebrytek w przekazach polskich portali plotkarskich wspiera tezy o globalnym obiegu celebrytów oraz o wysokiej rozpoznawalności przemysłu celebryckiego Stanów Zjednoczonych. Niemniej przeniesienie amerykańskich osobowości medialnych wymaga od redaktorów mediów lokalnych przeprowadzenia szeregu drobnych zabiegów interpretacyjnych – tłumaczących kontekst i skalę opisywanych wydarzeń, które to zabiegi równocześnie oddziałują na obraz medialny tychże postaci.

³ Sposoby etykietowania Kylie Jenner są na tyle zróżnicowane językowo w kwestiach semantycznych, że mogą stanowić przedmiot szczegółowych analiz mediolingwistycznych. Subtelne zmiany odcieni znaczeniowych pokazują, że nie możemy mówić o niby-synonimach, lecz istotnych przekształceniach form określania tej postaci.

Polskie media plotkarskie, tak jak amerykański TMZ.com, skupiają się przede wszystkim na opisie gwiazd, których status ustanowiły same media (PL – 54%, TMZ – 53%). Natomiast wydarzenia dotyczące dwóch pozostałych grup celebrytów są przez nie relacjonowane z przeciwną amplitudą: newsy o gwiazdach, które wypracowały swoją pozycję samodzielnie, są przedstawiane przez krajowe portale o wiele rzadziej niż w Stanach Zjednoczonych (PL – 14%, TMZ – 32%), a te, które dotyczą celebrytów dziedziczących status – znacznie częściej (PL – 32%, TMZ – 15%).

Mając na uwadze, że większość, a w przypadku polskich nadawców plotkarskich – wszystkie newsy opierają się na materiałach zaczerpniętych z mediów społecznościowych celebrytek lub poświęconych im zasobów agencyjnych, w analizowanych newsach występuje duża zbieżność tematyczna. Redakcje Pudelka, Plotka i Gwiazd WP, podobnie jak ich amerykański odpowiednik, skupiają się na przedstawianiu gwiazd przez pryzmat kariery i pieniędzy (PL – 33%, TMZ – 48%). Wykorzystują w tym celu nawet te same rodzaje narracji, co TMZ, przy czym ich akcent zostaje przesunięty lekko w stronę dyskursu aspiracyjno-lifestylowego (PL: d. aspiracyjno-lifestylowy – 32%, d. zawodowy – 29%, d. prywatny – 19%; TMZ: d. zawodowy – 30%, d. aspiracyjno-lifestylowy – 23%, d. prywatny – 22%). Jedynymi zaobserwowanymi odstępstwami w tym zakresie są zwiększone zainteresowanie polskich mediów relacjonowaniem wątków poświęconych urodzie i zdrowiu gwiazd (PL – 24%, TMZ – 15%), a także mniejsza niż w Stanach liczba modyfikacji wykorzystywanych obrazów. Jakkolwiek te ostatnie pełnią w Polsce, poza typowymi funkcjami estetyczno-ikonicznymi, funkcję argumentacyjną – dostarczając dowody umożliwiające indywidualne ustosunkowanie się do przedstawianych zagadnień.

Charakteryzując emocjonalność materiałów plotkarskich, należy stwierdzić, że zarówno polskie, jak i amerykańskie reprezentacje cechuje pozorne wyważenie i neutralność. Choć analizowane wiadomości podpowiadały możliwe odczytania, ich warstwa lokucyjna w większości przypadków pozostawała wolna od jawnych pochwał i krytyk. Odczytanie tych ostatnich umożliwiły przede wszystkim wykorzystywane przez redakcje etykiety. Polskie portale plotkarskie, aby uniknąć powtórzeń, nazywały gwiazdy w bardzo różnorodny sposób. Jednakże określenia te niemal zawsze odnosiły się do statusu i profesji opisywanych postaci. Z tą różnicą, iż w odniesieniu do celebrytek o statusie nadanym przez media liczba wykorzystywanych etykiet była zdecydowanie wyższa, a ich wartość emocjonalna – bardziej dookreślona. Należy przy tym zaznaczyć, że TMZ.com korzystał z tego typu dookreśleń rzadziej, sięgając równocześnie po mniej nacechowane zwroty.

Konkretnemu, mogącemu nieść dodatkowe znaczenia, odczytaniu newsów plotkarskich o amerykańskich celebrytkach mogły sprzyjać dołączane do polskojęzycznych tekstów tłumaczenia-streszczenia. Były one obecne aż w 84% polskich tekstów i w większości koncentrowały się na przybliżeniu czytelnikom opisywanej postaci (jej międzynarodowej rozpoznawalności, wykonywanego zawodu, relacji z innymi itd.). Podobnie jak w przypadku etykiet, najczęściej pojawiały się one w artykułach o celebrytkach, których status potwierdzają

same media. W odniesieniu do nich możliwe są też wyraźne zmiany w sposobie przedstawiania gwiazd – ta sama osoba może być w jednym newsie zaprezentowana jako ikona stylu, a w następnym jako jej całkowite zaprzeczenie⁴.

Wbrew przypuszczeniom o konieczności znacznego dostosowywania treści na temat zagranicznych celebrytów do potrzeb lokalnych odbiorców polskie serwisy plotkarskie jedynie nieznacznie modyfikują medialne reprezentacje amerykańskich celebrytek. Poświęcając im podobną liczbę materiałów dziennikarskich, skupiając się na podobnych zagadnieniach i wykorzystując niemal ten sam materiał źródłowy, są w stanie w zbliżony (również w perspektywie czasowej) sposób opowiadać o gwiazdach ze Stanów Zjednoczonych. Jakkolwiek ich relacje są miejscami bardziej ikoniczne, wspierające wizerunek celebryty. Częściej niż w amerykańskim portalu napotykamy w nich też naprowadzające na właściwe odczytania dopowiedzenia oraz etykiety. Niemniej różnice te nie są na tyle duże, abyśmy mogli jednoznacznie stwierdzić, że polskie reprezentacje to całkowicie odmienne obrazy medialne.

Zaobserwowana jednorodność może być wynikiem współdziałania wielu czynników – od tych dotyczących przygotowania merytorycznego i kulturowego pracowników redakcji po podporządkowywanie tematyki i formy publikacji statystykom poczytności treści w danym portalu. Na podstawie przeprowadzonej analizy wydaje się jednak, że wizerunki amerykańskich celebrytek w polskich mediach plotkarskich są podtrzymywane ze względu na niską dostępność unikalnych źródeł. Większość krajowych serwisów korzysta z tych samych informacji. Na dodatek treści te mają głównie charakter promocyjny, a zatem już raz przetworzony przez media. Ich możliwe odczytania zostają przez to ograniczone, co – w połączeniu z obserwowanym w mediach sieciowych recyklingiem informacyjnym (Chyliński, 2016, s. 486) – doprowadza do względnie jednolitego, dającego się szybko odtwarzać, a przez to stale umacnianego wizerunku medialnego wszystkich analizowanych grup celebrytów.

Bibliografia

- Brockington, Dan (2015). Towards an international understanding of the power of celebrity persuasions: a review and a research agenda. *Celebrity Studies*, 6(4), 486–504.
- Cashmore, Ellis (2006). *Celebrity/Culture*. Abingdon: Routledge.
- Chyliński, Marek (2016). Research i źródła informacji w świetle badań środowiska dziennikarskiego. *Zeszyty Prasoznawcze*, 59, 2(226), 477–487.
- Driessens, Olivier (2018). Celebrity in the age of global communication networks. In: Anthony Elliott (ed.), *Routledge Handbook of Celebrity Studies*. Londyn–Nowy Jork: Routledge, 245–254.

⁴ Badania przeprowadzono na małej próbie, która została zbudowana z zastosowaniem kryteriów międzynarodowej rozpoznawalności celebrytów i ich równoczesnej obecności we wszystkich analizowanych kanałach komunikowania. Polskojęzyczne materiały były przy tym porównywane wyłącznie z zawartością jednego zagranicznego portalu. Przedstawione wnioski, aby można je było uznać za wyczerpujące, wymagają przez to przeprowadzenia dodatkowych analiz, uwzględniających większy oraz bardziej różnorodny kulturowo materiał badawczy. Pomimo zachowania należytej skrupulatności w zakresie obróbki danych, na ocenę prezentowanych wyników może wpływać negatywnie również fakt, że dane te były kodowane i interpretowane przez jedną osobę.

- Elliott, Anthony and Boyd, Ross (2018). Celebrity and contemporary culture. A critical analysis of some theoretical accounts. In: Anthony Elliott (ed.), *Routledge Handbook of Celebrity Studies*. Londyn–Nowy Jork: Routledge, 3–25.
- Erling, Barbara (2021). *Mediapanel: serwisy plotkarskie zyskują użytkowników, liderem Pudelek.pl*, [online]. Press, 14.01.2021. Dostęp: https://www.press.pl/tresc/64553,mediapanel_-serwisy-plotkarskie-zyskuja-uzytkownikow_liderem-pudelek_pl [16.11.2021].
- Forbes (2019). *Najlepiej zarabiający celebryci. Ranking Forbesa*, [online]. Forbes.pl, 12.07.2019. Dostęp: <https://www.forbes.pl/rankingi/ranking-forbesa-100-najlepiej-zarabiajacych-celebrytow-gwiazd-show-biznesu/08cz1wd> [16.11.2021].
- Forbes (2021). The World's Highest-Paid Celebrities, [online]. Forbes.com. Access: <https://www.forbes.com/celebrities/> [16.11.2021].
- Godzic, Wiesław, Buchner, Anna, Kubalska, Małgorzata i Rudzińska-Sierakowska, Lidia (2019). *Celebryci w polskiej przestrzeni medialnej i społecznej. Badanie interdyscyplinarne*. Warszawa: SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny.
- Hirdman, Anja (2017). Flesh-images, body shame and affective ambiguities in celebrity gossip magazines. *Celebrity Studies*, 8(3), 365–377.
- Holmes, Su and Redmond, Sean (2006). Introduction: understanding celebrity culture. In: Su Holmes and Sean Redmond (eds.), *Framing Celebrity. New directions in celebrity culture*. Londyn–Nowy Jork: Routledge, 1–16.
- Jenkins, Henry, Ford, Sam i Green, Joshua (2019). *Rozprzestrzenialne media*. Tłum. Michał Wróblewski. Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Johansson, Sofia (2006). Sometimes you wanna hate celebrities: tabloid readers and celebrity coverage. In: Su Holmes and Sean Redmond (eds.), *Framing Celebrity. New directions in celebrity culture*. Londyn–Nowy Jork: Routledge, 343–358.
- Lister, Martin, Dovey, Jon, Giddings, Seth, Grant, Iain i Kelly, Kieran (2009). *Nowe media. Wprowadzenie*. Tłum. Marta Lorek, Agata Sadza i Katarzyna Sawicka. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Littler, Jo (2011). Introduction: celebrity and the transnational. *Celebrity Studies*, 2(1), 1–5.
- Mateja, Magdalena (2011). Świat przedstawiony zamiast obrazu rzeczywistości? Krecyjny potencjał mediów brukowych. *Oblicza Komunikacji*, 4, 57–71.
- Molęda-Zdziech, Małgorzata (2013). *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*. Warszawa: Difin SA.
- Niebudek, Jan (2016). *TMZ – gwiazda wśród portali plotkarskich*, [online]. Polskie Radio/Trójka, 24.02.2016. Dostęp: <https://www.polskieradio.pl/9/3850/Artykul/1586496,TMZ-gwiazda-wsrod-portali-plotkarskich> [16.11.2021].
- Rixon, Paul (2011). The role of the British popular press in re-imagining American television celebrities for the British audience: the 1950s to the 1960s. *Celebrity Studies*, 2(1), 44–55.
- Sobczak, Katarzyna (2014). Polityczka w obiektywie. Retoryczny przekaz fotografii prasowych polityczek w świetle teorii gender. W: Agnieszka Kampka (red.), *Retoryka wizualna. Obraz jako narzędzie perswazji*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW, 146–163.
- Turner, Graeme (2014). *Understanding celebrity*. Londyn: SAGE Publications.

Streszczenie

Celem artykułu jest ustalenie, jak wybrani aktorzy medialni ze Stanów Zjednoczonych są przedstawiani w polskich portalach plotkarskich oraz jak krajowi nadawcy plotkarscy „tłumaczą” amerykańskie obrazy medialne celebrytów. Na podstawie analizy zawartości newsów plotkarskich o Melanii Trump – celebrytce o przypisanym statusie, Taylor Swift – celebrytce o uzyskanym statusie i Kylie Jenner – celebrytce o statusie nadanym przez media, które zostały opublikowane w 2020 r. w trzech najbardziej popularnych polskich serwisach plotkarskich (Pudelek.pl, Plotek.pl, Gwiazdy.wp.pl; N = 171) oraz w ich amerykańskim odpowiedniku – TMZ.com (N = 73), stwierdzono, że polskie newsy plotkarskie podtrzymują globalne wizerunki medialne amerykańskich celebrytów, co może być przejawem recydingu informacyjnego.

**Melania, Taylor and Kylie in Polish.
American celebrities in Polish gossip websites in 2020**

S u m m a r y

The aim of this article is to analyse how selected media actors from the United States are portrayed on Polish gossip websites and how local gossip broadcasters “translate” media images of American celebrities. Based on the content analysis of the gossip news on Melania Trump – a celebrity with assigned status, Taylor Swift – a celebrity with gained status, and Kylie Jenner – a celebrity with status conferred by media, which were published in 2020 on the three leading Polish gossip websites (Pudelek.pl, Plotek.pl, Gwiazd.wp.pl; N = 171) and on their American counterpart – TMZ.com (N = 73), it was found that the Polish gossip broadcasters sustain the global media images of the United States celebrities, which may be a manifestation of information recycling.

Daniel Sołtysiak

ORCID: 0000-0001-6151-3334

Szkoła Doktorska Nauk Humanistycznych
Katedra Nowych Mediów i Kultury Cyfrowej
Uniwersytet Łódzki

Medialaby w perspektywie kultury wernakularnej. Analiza wybranych cech polskich instytucji

Słowa kluczowe: medialab, kultura wernakularna, lokalna kultura cyfrowa, humanistyczne laboratorium

Keywords: medialab, vernacular culture, local digital culture, laboratory of humanities

Wprowadzenie

Bieżąca dekada w literaturze naukowej została zdominowana przez badaczy współczesnej humanistyki poświęcających dyskurs przeobrażeniom dziedziny, cyfrowym narzędziom oraz nowym przestrzeniom konstruowania wiedzy. W ramach ostatniej kategorii toczy się dyskusja wokół medialabowych idei, obejmująca nie tylko teoretyczne i historyczne aspekty medialnego laboratorium, ale i studium przypadku nowo powstałych ośrodków. Świadectwem dynamicznego rozwoju figury laboratorium są nie tylko liczne publikacje naukowe, ale przede wszystkim prężnie funkcjonujące instytucje¹ legitymizujące rozważania teoretyczne poprzez praktykę. Jednakże badanie laboratoriów charakteryzujących się procesualnym, interdyscyplinarnym i zespołowym modelem pracy (Pawlicka-Deger, 2020) nastęrcza wielu trudności w zakresie przeniesienia doświadczenia warsztatu laboratoryjnego na język rozprawy akademickiej. Akademicy mierzą się z aplikowaniem metodologii jakościowej, a w szczególności z koniecznością licznych kwerend mających na celu pozyskiwanie wiedzy. Jak zaznacza inicjator UBU labu Piotr Marecki: „nie można poznać sposobu funkcjonowania labu

¹ Pojęcie instytucji stosuję w znaczeniu synonimicznym do organizacji. Mając świadomość odmiennej operacyjności powyższych terminów chociażby w naukach socjologicznych, decyduję się na niewprowadzanie rozróżnienia oraz rezygnację z odwołania do teorii instytucjonalnej z uwagi na specyficzną formę medialabów, którą opisuję w podrozdziale dotyczącym subwersywności strukturalnej.

inaczej niż przez znalezienie się w przestrzeni, w której są zarówno maszyny zdolne odtworzyć wybrane utwory, jak i same programy. Laboratoriów nie sposób poznać przez przeczytanie tekstów o nich” (Marecki, 2019, s. 46). Doświadczenie przestrzeni laboratoryjnej staje się więc nie tylko znaczącym, co przede wszystkim podstawowym elementem pracy laboratoryjnego badacza.

Celem niniejszego artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, jakie cechy kultury wernakularnej charakteryzują polskie medialaby w zakresie ich powstania, podejmowanej działalności edukacyjnej oraz organizacji pracy. Zaaplikowanie powyższej koncepcji do badań nad laboratoriami ukształtowało się podczas kwerendy przeprowadzonej w trzech polskich medialabach: w Medialabie Gdańsk, w UBU labie w Krakowie oraz w Medialabie Katowice, których aktywności odnoszą się do regionalnych aspektów historycznych i kulturowych, a także do potencjału badawczego lokalnej kultury cyfrowej. W ramach studium wymienionych instytucji przedstawię realizację laboratoryjnego modelu pracy w działaniach o charakterze edukacyjnym, badawczym oraz społecznym. Przeprowadzone kwerendy uwzględniały perspektywę najważniejszych instytucji w kraju, w tym ich charakterystykę oraz główne kierunki rozwoju. Aktualność badań podkreśla nieustająca debata dotycząca problematyki pracy laboratoryjnej oraz potrzeby dalszych zmian w humanistyce, a co za tym idzie przemianę metod pracy badawczej humanistów z modelu indywidualnego w stronę kolektywnych, interdyscyplinarnych zespołów (Pawlicka, 2015, s. 62–63). Równocześnie następuje stopniowe osłabienie sztywnego podziału nauk na rzecz współpracy pomiędzy badaczami reprezentującymi różne dyscypliny.

Warto w tym miejscu odwołać się do badań Andrzeja Klimczuka, który w ramach działalności Fundacji Ortus oraz Fundacji „SocLab” przeprowadził na przełomie lat 2012 i 2013 „badanie oceniające działania na rzecz budowy stałych instytucji typu medialab” (Klimczuk, 2016, s. 28). W badaniach dostrzeżono potrzebę powołania stałej instytucji o szerokim spektrum działalności obejmującej: projekty badawcze, rezydencje artystyczne, wydarzenia edukacyjne (Klimczuk, 2016, s. 29). Postulowana jest instytucja prowadzona przez organizacje pozarządowe przy finansowym wsparciu jednostek państwowych (Klimczuk, 2016, s. 30). W badaniach Klimczuka zostały zaprezentowane oczekiwania uczestników Medialabu Chrzelice oraz respondentów niepartycypujących w wydarzeniu wobec jeszcze słabo znanej wówczas w ogólnej świadomości społecznej idei medialabu. Analiza dorobku wybranych przeze mnie ośrodków uwidacznia częściową zbieżność ich rozwoju z oczekiwaniami grupy respondentów, w szczególności dotyczącymi prowadzenia warsztatów z zakresu nowych mediów.

Metodologia prowadzonych badań

Prezentowane w niniejszym artykule wnioski pochodzą z badań trzech wybranych ośrodków medialabowych w Polsce: Medialabu Katowice, Medialabu Gdańsk oraz UBU labu w Krakowie. Kwerenda została przeprowadzona na podstawie trzech zasadniczych osi projektu: krytycznej analizy literatury

dotyczącej figury laboratorium oraz tekstów poświęconych polskim inicjatywom, studium aktywności powyższych instytucji, uwzględniającego treści publikowane online i publikacje książkowe, oraz pogłębionych, częściowo ustrukturyzowanych wywiadów standaryzowanych (Gudkova, 2012, s. 113) z przedstawicielami laboratoriów. Zrealizowano pięć blisko godzinnych wywiadów o orientacji faktograficznej (Kvale, 2012, s. 124), skoncentrowanych wokół znaczących punktów rozwoju medialabów oraz ich poszczególnych aktywności. Rozmowy przełożyły się na 57 stron niepublikowanego maszynopisu transkrypcji nagrań. W badaniu udział wzięli: Oskar Adamus i Karol Piekarski (Medialab Katowice), Karina Rojek i Grzegorz Stunża (Medialab Gdańsk) oraz Jan Argasiński (UBU lab). Wywiady obejmowały kwestie dotyczące powstania poszczególnych medialabów, ich obecnego funkcjonowania z uwzględnieniem wpływu pandemii COVID-19, działań w zakresie edukacji medialnej oraz ich roli w lokalnym kontekście (wykorzystywanie potencjału kulturowo-społecznego oraz działania na rzecz lokalnej społeczności). Niekorzystna sytuacja pandemiczna w czasie prowadzenia badań (pierwsza połowa roku 2021) znacznie wpłynęła na ograniczenie działalności ośrodków oraz mobilność badacza. Kwerenda, wbrew pierwotnym koncepcjom, została przeprowadzona zdalnie, co uniemożliwiło pełne doświadczenie przetrzeni laboratoriów, w konsekwencji reorganizując założenia metodologiczne.

Materiał empiryczny został opracowany na podstawie wielokrotnej kondensacji znaczenia (Kvale, 2012, s. 174) wypowiedzi recenzentów. Umożliwiło to w dalszym etapie prac dokonanie analizy porównawczej funkcjonowania laboratoriów w zakresie wyszczególnionych kategorii:

- główne cele działań medialabu;
- rodzaje oraz cechy charakterystyczne podejmowanych aktywności;
- cechy działań;
- powstanie instytucji;
- struktura organizacyjna, w tym charakterystyka ról w zespole;
- rola laboratorium w działaniach ukierunkowanych na edukację medialną;
- problemy i wyzwania w bieżącej działalności;
- strategia dalszego rozwoju laboratorium;
- wpływ pandemii COVID-19 na funkcjonowanie jednostki;
- warunki lokalowe oraz zaplecze technologiczne.

Studium prezentowane w niniejszym artykule uwzględnia w szczególności wnioski z analizy trzech pierwszych kategorii. Jednakże kategorie te nie zostały w procesie opracowywania materiału empirycznego oddzielone od pozostałej części wywiadów, lecz były interpretowane w perspektywie kompletnych wypowiedzi respondentów.

Wernakularność w badaniu laboratorium

Idea aplikowania kategorii charakterystycznych dla kultury wernakularnej do badań medialabów wymaga rozpoczęcia od zadania podstawowego pytania dotyczącego potrzeby rozwijania nowej metodologii badania laboratoriów.

Powszechnie stosowane techniki antropologiczne, takie jak wywiady czy obserwacja uczestnicząca, stanowią jedynie punkt wyjścia do zrozumienia idei kierującej działaniami konkretnego labu. Dalsze rozważania można prowadzić na podstawie analizy cech charakterystycznych modelu pracy laboratoryjnej (interdyscyplinarność, procesualność, kolektywność, eksperymentalność, interinstytucjonalność) (Pawlicka, 2017, s. 330), odnosząc je do lokalnych uwarunkowań społeczno-kulturowych. Kategorie te są na tyle uniwersalne, iż mogą posłużyć eksplikacji wszelkiego rodzaju aktywności medialabowych, jednak moim zdaniem poza samym określeniem modelu pracy laboratoryjnej nie przyczyniają się w wystarczającym stopniu do poznania specyfiki konkretnych medialabów. Za adekwatne konteksty badań uważam współczesne praktyki kulturowe właściwe lokalnemu obszarowi geograficznemu. Wobec tego proponuję paradygmat kultury wernakularnej jako narzędzia badania polskich laboratoriów. Aspekty charakteryzujące to podejście stanowią interesujący punkt odniesienia dla konkretnych inicjatyw, wskazując na ich znaczenie dla lokalnej społeczności.

Współcześnie można wyróżnić różnorodne zastosowania terminu wernakularności. Na łamach literatury naukowej i popularnej często spotykane są takie kolokacje jak wernakularna architektura, fotografia, literatura, dialekt wernakularny czy wernakularne nazewnictwo. Jednakże genezy pojęcia należy szukać w ostatnich z dwóch przywołanych kategorii. Silnie osadzone w warsztacie tradycyjnej antropologii przeniknęły również do badań współczesnych społeczności miejskich. Margaret Lantis zaproponowała termin kultury wernakularnej już w roku 1960 jako właściwy do opisu codziennego języka zurbanizowanych wspólnot (Lantis, 1960, s. 202–203). W czasach intensywnej urbanizacji oraz powiązanej z nią mobilności jednostek myślenie o języku jako dialekcie charakterystycznym dla stałej społeczności danego terytorium zaczęło tracić swoje właściwości przy badaniu złożonych wspólnot zorganizowanych wokół danego wydarzenia (Lantis, 1960, s. 203). Badaczka wymienia następujące elementy kultury wernakularnej:

Wartości i cele, w szczególności te, które sprowadzają jednostki do uczestniczenia w danej sytuacji; właściwe: czas, miejsce oraz artefakty; wspólna wiedza [...]; system relacji interpersonalnych [...] lub schemat relacji; sankcje; komunikacja, w tym także, lecz nie wyłącznie: specjalistyczna terminologia oraz sposób wypowiedzi (Lantis, 1960, s. 206).

Odnosząc wymienione przez autorkę aspekty do koncepcji laboratorium, należy zauważyć, iż specyfiką labu jest przywoływany przez Pawlicką zespół cech określających ahierarchiczną komunikację oraz system relacji interpersonalnych. Wspólna wiedza powstaje na skutek sieciowej współpracy jednostek połączonych laboratoryjnym węzłem interdyscyplinarnych eksperymentów. Można określić ją aktualniejszym terminem Pierre'a Lévy'ego jako kolektywną inteligencję (Lévy, 1997). Termin ten odnosi się do różnych wspólnotowych praktyk wiedzotwórczych, których przykład stanowią działania interdyscyplinarnych zespołów medialabowych. Jednakże pomimo upływu ponad pół wieku od publikacji artykułu Lantis koncepcja kultury wernakularnej nie należy

do najpopularniejszych paradygmatów prezentowanych w polskojęzycznej literaturze kulturoznawczej. W roku 2015 wydano numer czasopisma „Kultura Współczesna” w całości poświęcony omawianej problematyce. Autorzy swojego rodzaju manifestu w artykule *Kultura wernakularna. Antropologia projektów nieudanych* zaproponowali zestaw sześciu wyznaczników paradygmatu: emergentność, nieautonomiczność, swojskość, amatorskość, nieświadomość własnych ograniczeń oraz subwersywność strukturalna (Napiórkowski i in., 2015, s. 18). Podobnie do Lantis badacze zaznaczają, iż paradygmat ten stanowi propozycję o szerokich możliwościach aplikowania koncepcji do badań:

Proponowane tu pojęcie ma stworzyć jednolitą płaszczyznę teoretyczną do analizy różnorodnych zjawisk, które, jak nam się wydaje, w znacznej części wymykają się funkcjonującym dziś w antropologii czy socjologii kategoriom [...]. Kultura wernakularna nie ogranicza się do konkretnej grupy społecznej (jak „kultura wykluczonych”), przestrzeni („kultura peryferiów”) ani zestawu zjawisk [...], wskazując zamiast tego odmienną kulturę obiegu treści, rozproszony charakter władzy i wiedzy, oparty na oddolnym ścieraniu się sił, oraz różnorodne formy samoorganizacji bez udziału centralnego ośrodka kontroli (Napiórkowski i in., 2015, s. 17–18).

Istotne jest, że proponowane powyżej wyznaczniki koncepcji nie wykluczają innych zjawisk, które mogą być analizowane w ramach paradygmatu (Napiórkowski i in., 2015, s. 18). Kultura wernakularna stanowi szeroką kategorię umożliwiającą badanie różnorodnych aspektów działalności kulturotwórczej.

Działalność analizowanych medialabów w zakresie powstania, organizacji pracy oraz działalności edukacyjnej wyróżnia się następującymi cechami charakterystycznymi dla paradygmatu kultury wernakularnej: emergentność, swojskość, amatorskość oraz subwersywność strukturalna. Powyższe wyznaczniki posłużą jako teoretyczne ramy prezentowanej analizy. Można się ich doszukiwać w powszechnym funkcjonowaniu koncepcji *Do It Yourself*. Mirosław Filiciak i Alek Tarkowski (2011, s. 12) zwracają uwagę również na zakorzenienie w nim medialabowych idei. Badacze wskazują dwie lokalne tradycje: po pierwsze paradygmat DIY, polskie „zrób to sam”, który kulturowo utożsamiany jest z postacią Adama Słodowego, popularyzatora idei w czasach PRL-u; po drugie proces komputeryzacji, w szczególności upowszechnienie mikrokomputerów w latach 80. XX wieku (Filiciak i Tarkowski, 2011, s. 12). Postać Adama Słodowego oraz jego aktywność medialna w prowadzeniu programu telewizyjnego (*Zrób to sam*) odniosła niezwykle wpływ na popularyzację idei DIY w społeczeństwie socjalistycznej Polski (Orszak-Dudkowska, 2016, s. 101). Jak zaznaczają badacze, wynikało to w znacznej mierze ze specyfiki centralnie sterowanej gospodarki, której niewydolność objawiała się niedostępnością niektórych towarów na rynku lub znaczącymi trudnościami ich zakupu (Filiciak i Tarkowski, 2011, s. 12). Paradygmat DIY zakorzeniony jest więc głównie jako następstwo „postaw[yl] wymuszon[ej] przez okoliczności polityczno-gospodarcze, wszechobecną bylejąkość i sytuację niedoboru produktów” (Orszak-Dudkowska, 2016, s. 101). Taką właściwość lokalnej kultury cyfrowej można, posługując się jednym z tłumaczeń terminu wernakularności w kontekście architektury, uznać

za rodzimą (Rytel, 2015, s. 144). Jednocześnie obiekty kultury, które kwalifikują się jako wernakularne, pozostają w specyficznej relacji z wytworami głównego nurtu (Rytel, 2015, s. 145). Jak wskażę przy omawianiu kategorii amatorskości, nie są to jednak zupełnie autonomiczne obiekty, a wręcz zależne, pozostające w pętli referencyjnej do dzieł „profesjonalnych” (Napiórkowski i in., 2015, s. 22). Współcześnie paradygmat DIY stanowi ważny element pracy laboratoryjnej, polegającej na samodzielnym konstruowaniu materialnych i cyfrowych artefaktów oraz badaniu amatorskich wytworów techniki komputerowej w perspektywie historycznej.

Emergentność kultury wernakularnej w badaniu laboratorium

Charakteryzująca kulturę wernakularną emergentność została zaproponowana jako kategoria odpowiadająca na systemową złożoność świata (Napiórkowski i in., 2015, s. 20). Rozpatrywanie zjawisk właściwych dla tego paradygmatu wymaga ujęcia charakteryzującego się podejściem procesualnym (Napiórkowski i in., 2015, s. 20). Emergentność znajduje odzwierciedlenie w humanistycznych laboratoriach na dwóch poziomach – w specyfice pracy laboratoryjnej oraz w samym badaniu ośrodków. Model postępowania medialabowego opiera się na procesualnym podejściu w działaniach warsztatowych (Pawlicka, 2015, s. 65), które nie stanowią szeregu pojedynczych aktywności, lecz długotrwały proces budowania sieci relacji i powiązań pomiędzy zaangażowanymi uczestnikami. Badanie ośrodków obejmuje natomiast analizę procesów zachodzących w medialabach, uwzględniając złożone konteksty kulturowo-społeczne stanowiące podłoże podejmowanych aktywności. Warto zaznaczyć, iż wśród aktorów procesu znaczącą rolę odgrywają nie tylko ludzie, ale również wszelkiego rodzaju platformy oraz wykorzystywane oprogramowanie.

Złożoność laboratorium, jako sieci współoddziałujących na siebie elementów, obrazuje propozycja autorek publikacji *The Lab Book. Situated Practices in Media Studies*. Darren Wershler, Lori Emerson oraz Jussi Parikka proponują heurystyczne podejście w badaniu laboratoriów, zwracając uwagę na znaczenie techniki i aparatury. Badaczki w swoich analizach odwołują się do sześciu kategorii: przestrzeń, aparatura, infrastruktura i zarządzanie (polityka, policy), ludzie i technika (Wershler i in., 2021). Przyjęcie takich kategorii nie tylko strukturyzuje proces badawczy, ale pozwala również na ukazanie wielości aspektów tworzących emergentny proces wiedzotwórczy.

Laboratorium subwersywnie konstruowane

Podążając za kategorią subwersywności strukturalnej jako jednym z wyznaczników paradygmatu kultury wernakularnej (Napiórkowski i in., 2015, s. 24), nie sposób pominąć znaczenia oddolnego konstruowania medialnych labora-

toriów. Mimo iż ośrodki takie jak Medialab Gdańsk, UBU lab czy Medialab Katowice stanowią przykład laboratoriów zinstytucjonalizowanych, powołanych do funkcjonowania przy uczelni czy miejskich instytucjach kultury, to ich genety oraz *modus operandi* należy doszukiwać się w samoorganizujących się społecznościach badaczy, artystów oraz pasjonatów kultury cyfrowej. Rozwój idei medialabowej w Polsce rozpoczął się wraz z pierwszą inicjatywą tego rodzaju w Chrzelicach, zorganizowaną przez Fundację Ortus w 2010 roku (Maj, 2017, s. 96) z grupą badaczy oraz społeczników na czele. Jej upowszechnienie oraz rozwój dyskusji nad potrzebą tworzenia zróżnicowanych, oddolnie konstruowanych form laboratoryjnych poskutkowało równoczesnym wyłonieniem się medialabów w Katowicach oraz w Gdańsku. W obu przypadkach powołanie do istnienia laboratoryjnej inicjatywy korzystnie zbiegło się w czasie ze staraniem się tychże miast o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury. Wpłynęło to m.in. na dogodne warunki dla formowania nowych inicjatyw kulturalnych, społecznych i artystycznych.

Katowicki medialab powstał z inicjatywy Karola Piekarskiego, który w następstwie rozwoju własnych zainteresowań podjął się działań organizacyjnych. Przez pierwsze lata Piekarski działał sam, odpowiedzialny za każdy element laboratoryjnych przedsięwzięć, poczynawszy od warstwy koncepcyjnej i merytorycznej, a skończywszy na produkcji wydarzeń (Piekarski, 04.06.2021, s. 39)². Taki model funkcjonowania charakterystyczny jest dla organizacji trzeciego sektora oraz niesformalizowanych aktywistów, odstając na tle pozostałych jednostek afiliowanych przy lokalnych magistratach. Powyższy przykład samoorganizacji doskonale obrazuje subwersywny model funkcjonowania Medialabu Katowice, w szczególności na początkowym etapie rozwoju ośrodka. Jednakże nie stanowi on jedynego aspektu analizowanej subwersywności laboratoriów. Szczególnie wartościowa w tym kontekście jest szeroka współpraca laboratorium gdańskiego i katowickiego z organizacjami trzeciego sektora oraz krakowskiego UBU labu z nieformalnymi społecznościami. Sprzężone jest to z efemerycznością i zmiennością zespołu laboratoryjnego. Kooperacja z podmiotami pozarządowymi znacznie pomaga w rozwoju interdyscyplinarności przy jednoczesnej rozbudowie sieci partnerów, dla których lab staje się platformą dialogu i współpracy. Jak podkreśla Piekarski: „[medialab – D.S.] jest to takie miejsce/platforma współpracy osób z różnych środowisk, które mają różny *background*, czyli dosłownie taki *hub*, który łączy z jednej strony instytucje, a z drugiej osoby” (04.06.2021, s. 44). Znaczenie szerokiej współpracy z trzecim sektorem akcentują zarówno respondenci z Katowic (Adamus, 25.05.2021, s. 18), jak i z Gdańska (Rojek, 25.05.2021, s. 1), co wskazuje, iż stanowi ona jedną z podstawowych ról medialabu definiowanego za Piekarskim.

Przykładem wyróżniającym się pod względem organizacyjnym na tle analizowanych przypadków jest funkcjonujący na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Jagiellońskiego UBU lab. Medialab powstał jako jeden z etapów pracy zespołu

² Niniejsze przypisy odwołują się do wywiadów przeprowadzonych z przedstawicielami medialabów. Zapis wskazuje nazwisko respondenta oraz datę przeprowadzenia rozmowy.

badawczego realizowanej w ramach grantu Narodowego Programu Rozwoju Humanistyki, jednak jego wspólnotowórczy charakter daleko wykracza poza ramy instytucjonalne UJ. UBU lab podejmując w ramach projektu badawczego m.in. problematykę demosceny oraz lokalnej kultury cyfrowej, stworzył przestrzeń zachęcającą do współpracy społeczności zorganizowane wokół demosceny oraz platform mikrokomputerowych Atari (Argasiński, 01.06.2021, s. 32). Laboratorium nie tylko dało podłoże dla powstania wspólnoty wokół niego, ale pozwoliło także na niesformalizowane włączenie członków istniejących wcześniej społeczności w podejmowane działania. Ponadto subwersywność strukturalną UBU labu akcentuje fakt zakończenia grantu fundującego powstanie laboratorium. Przekłada się to na brak umocowania w strukturze akademickiej wypracowanej jednostki (Argasiński, 01.06.2021, s. 25, 35). Pomimo tego laboratorium utrzymuje ciągłość funkcjonowania, czego przyczyn można dopatrywać się w poczuciu wspólnoty towarzyszącemu założycielom oraz pozostałym uczestnikom działań medialabowych (Argasiński, 01.06.2021, s. 25).

Maj zwraca uwagę, iż nowe modele laboratoryjnych instytucji edukacyjnych (w tym również wymieniane przez badaczkę medialaby) w pewnym stopniu opierają się na oddolnej samoorganizacji, jednakże ingerencja zewnętrznych podmiotów (np. w postaci wsparcia finansowego) czy też częściowa formalizacja stanowią działania niezbędne do ich funkcjonowania (Maj, 2017, s. 101). System działania medialabów, w ramach włączenia ich w struktury ośrodków miejskich lub uniwersyteckich, badaczka określa modelem mieszanym (obok modelu dotacyjnego oraz biznesowego) (Maj, 2017, s. 101). Analizowane przypadki doskonale wpisują się w powyższą formułę. Powstały one przy instytucjach sformalizowanych, jednak genezy idei należy szukać w oddolnych poczynaniach badaczy. Można więc określić powyższe medialaby jako laboratoria graniczne, funkcjonujące pomiędzy ramami sformalizowanych instytucji a potencjałem oddolnych działań społeczności.

Medialab w lokalnym kontekście

Medialne laboratoria podejmują zróżnicowaną tematykę w ramach aktywności badawczych, edukacyjnych czy też eksperymentalnych. Poszczególne medialaby na gruncie polskim oraz ścieżki ich dalszego rozwoju charakteryzuje szeroki kontekst lokalny, podkreślany jako jeden z głównych wyznaczników rozwoju laboratoriów (Klimczuk, 2013, s. 132). Stunża podkreśla, iż działanie na rzecz lokalności stanowi kolejną istotną cechę w zestawie wyznaczników laboratoryjnego modelu działania (Stunża, 11.06.2021, s. 65). Pozornie znaczeniowo klarowny termin lokalności w kontekście medialabów zyskuje kilka warstw interpretacyjnych: wykorzystywanie w działaniach podłoża historyczno-kulturowego właściwego obszarowi objętemu pracami labu (miasta, aglomeracji, regionu); działanie na rzecz lokalnej społeczności (organizowanie działań edukacyjnych, rozwiązywanie problemów poszczególnych grup społecznych)

oraz badanie praktyk charakterystycznych dla lokalnej kultury cyfrowej (klonowanie platform mikrokomputerowych, samodzielne wytwarzanie osprzętu komputerowego). Tego typu działania, co zaznaczyłem wcześniej, nie pozostają w pełnym odseparowaniu od ponadlokalnego kontekstu. „Swojskość” kultury wernakularnej, jak piszą autorzy tej propozycji metodologicznej, wynika zarówno z jej referencyjności do kultury głównego nurtu, jak i ze sposobu konstruowania będącego „odpowiedzią na wyobcowanie, które odczuwamy w kontakcie z systemowo złożonym światem” (Napiórkowski i in., 2015, s. 22).

Doskonałym przykładem podejmowania problematyki lokalnej kultury cyfrowej są aktywności zespołu krakowskiego UBU labu, skoncentrowane na badaniu dziedzictwa demosceny. Samo zjawisko tworzenia programów demo w celu maksymalnego wykorzystania potencjału platformy oraz zaprezentowania umiejętności koderów jest charakterystyczne dla społeczności krajów Europy Środkowo-Wschodniej. UBU lab podjął jednakże zagadnienia związane nie tylko z niematerialnymi wytworami kultury cyfrowej, lecz przede wszystkim z badaniem natywnych platform demoscenowych oraz praktyk społecznościowych. Prowadzone studia nad platformami (*platform studies*) obejmują popularne w Polsce w latach 80. i 90. ubiegłego wieku platformy mikrokomputerowe, licznie zgromadzone w przestrzeni labu, a także zagadnienia związane z amatorsko wytwarzanym sprzętem. Istotne było nie tylko rozpoznanie, jakiego typu platformy komputerowe były i/lub są znaczące w kontekście praktyk demoscenowych, ale również procesów komputeryzacji Polski w latach 80. XX wieku, stanowiących wspólną właściwość większości europejskich państw postsocjalistycznych. Były to przede wszystkim działania subwersywne względem państwowej polityki dystrybuowania sprzętu elektronicznego oraz szereg oddolnych aktywności w zakresie pozyskiwania platform i osprzętu, ich serwisowania oraz produkcji wiedzy (Garda, 2020³). Poskutkowało to wieloma amatorskimi kopiami (tzw. klonami) komercyjnych sprzętów, takich jak popularny w państwach Europy Środkowo-Wschodniej mikrokomputer ZX Spectrum, do dziś wykorzystywany jako narzędzie tworzenia programów demoscenowych (Marecki i in., 2019a, s. 17). Ta konkretna platforma stała się obiektem badań podejmowanych w krakowskim laboratorium, które w swojej kolekcji posiada kłona wytworzonego amatorską techniką (Argasiński, 1.06.2021, s. 29). Studium szerokich zjawisk wokół ZX Spectrum, w tym praktyk DIY, zaowocowało publikacją z serii Biblioteka XXI wieku *Demoscena. ZX Spectrum* (Marecki i in., 2019a). W kontekście amatorskości działań podejmowanych w ramach kultury wernakularnej, której przykładem bez wątpienia jest samodzielne klonowanie platform, warto za autorami publikacji zaznaczyć, iż „wielu rosyjskich scenerów przyznaje, że (mimo prowadzenia opisanych *flame wars* na linii Spectrum-PC lub Spectrum-Amiga) nigdy oryginalnego sprzętu Sinclaira nie widziało” (Marecki i in., 2019a, s. 53).

³ Poruszony wątek oddolnej komputeryzacji kraju podejmuje szeroko Maria Garda w przywołanej pracy.

W tym miejscu działania UBU labu łączą ze sobą dwie właściwości kultury wernakularnej – lokalność oraz amatorskość. Wszelkiego rodzaju praktyki „majsterkowania”, stanowiące podstawę popularnego obecnie paradygmatu DIY (Orszak-Dudkowska, 2016, s. 102), wdrażane są w medialabach na dwóch płaszczyznach: badawczej oraz eksperymentalno-warsztatowej. Pod pojęciem płaszczyzny badawczej rozumiem działania związane ze zjawiskami oraz przedmiotami kulturowymi, które, jak w przypadku demosceny oraz ZX Spectrum w UBU labie, stanowią zainteresowanie naukowe członków laboratoryjnego zespołu. Aktywności eksperymentalno-warsztatowe wynikają natomiast z ogólnej specyfiki laboratorium, która zakłada aktywny udział w tworzeniu materialnych i niematerialnych artefaktów kultury, sztuki i nauki.

Krakowski medialab prowadzi również bardzo aktywną działalność publikacyjną *stricte* związaną z tematyką lokalnej kultury cyfrowej oraz praktycznego wdrażania modelu pracy laboratoryjnej. W ramach zrealizowanego grantu przygotowano szereg monografii oraz tłumaczeń powiązanych tematycznie z prowadzonymi badaniami. Wśród pozycji wartych uwagi należy wymienić: *Praktykę i eksperyment* (Marecki, 2019), traktującą o modelu laboratorium oraz powstaniu UBU labu, *UBU lab. Raporty techniczne 2016–2019* (Marecki i in., 2019b), szczegółowo opisujące prace nad wybranymi projektami, oraz *Gatunki cyfrowe. Instrukcja obsługi* (Marecki, 2018), dotyczące problematyki memów, gier czy dem.

Działania Medialabu Katowice oraz Medialabu Gdańsk na polu lokalnego kontekstu odnoszą się z kolei do potencjału wynikającego z historii ośrodków miejskich. Projekt gdański opiera się na działaniach podejmowanych z cyfrowymi artefaktami zdigitalizowanego dziedzictwa w formie warsztatów tworzenia cyfrowych kolaży, czy też odtwarzania zaśpiewów historycznych postaci gdańskich wywoływaczy (Rojek, 25.05.2021, s. 4). Oferta instytucji jest skierowana głównie do profesjonalistów (pracowników sektora kultury i sztuki, badaczy) (Rojek, 25.05.2021, s. 6), co nie powoduje jednak zatracenia swojego rodzaju amatorskości niektórych projektów. Szczególnie wartościowy przykład stanowi zorganizowana w 2020 roku druga edycja hackathonu muzycznego. Z uwagi na sytuację pandemiczną wydarzenie zrealizowano w formie zdalnej przy pomocy kanału na platformie Discord, a uczestnicy łączyli się z prowizorycznie przygotowanych w domach studiów muzycznych (Rojek, 25.05.2021, s. 3). Stunża podkreśla znaczenie pytania o profesjonalizację medialabu (Stunża, 11.06.2021, s. 61). Z jednej strony niezbędna jest oddolna energia, z drugiej konieczne są tzw. twarde kompetencje (Stunża, 11.06.2021, s. 61), które umożliwią pracę z mediami na poziomie wyższym niż kompetencje modelowego użytkownika współczesnych komputerów. Wydaje się, iż medialaby dzięki interdyscyplinarności zespołów rozwiązują ten problem poprzez poziomą wymianę wiedzy i umiejętności.

Medialab Katowice wykorzystuje natomiast lokalny potencjał historyczny w działaniach związanych z ulicą Kościuszki, główną promenadą miasta. W ramach projektu stworzono wystawę, spacerownik oraz cyfrowe archiwum ulicy, które bazowały na kwerendach przeprowadzonych w archiwum miejskim (Adamus, 25.01.2021, s. 12). Na szczególną uwagę zasługuje także unikatowy

w skali kraju program Mikrogranty Medialabu, podczas którego realizacji oddano lokalnej społeczności możliwość tworzenia projektów i wydarzeń. W ten sposób medialab wzbogacił się o inicjatywy, które nie powstały jedynie na podstawie głosu społeczeństwa, a były nim w swej genezie. Ponadto w katowickim laboratorium prowadzone są eksperymentalne warsztaty, nawiązujące do opisywanej kategorii DIY. W trakcie zajęć z Arduino oraz Bare Conductive użytkownicy mogą w stosunkowo krótkim czasie skonstruować własne działające urządzenia. Amatorska aktywność silnie koreluje w tym przypadku z komercyjnymi produktami sprzętowymi. Z jednej strony Arduino stanowi *open source*owy projekt, z drugiej elementy wykorzystywane przez uczestników warsztatów są wytwarzane komercyjnie. Sama idea odwołuje się jednak do nauczania kultury cyfrowej poprzez praktyczne, eksperymentalne działanie z *hardware*.

Podsumowanie

Przedstawione w niniejszym artykule wątki teoretyczne dotyczące cech charakterystycznych dla laboratoryjnego modelu działania oraz założenia paradygmatu kultury wernakularnej przyczyniają się do powstania nowej perspektywy badań nad medialabami. Koncepcja stanowi odpowiedź na pojawiające się w literaturze przedmiotu rozważania nad kontekstem lokalnej kultury cyfrowej (działania krakowskiego UBU labu), podłoża społecznego i historycznego oraz liczne odniesienia współczesnych praktyk eksperymentowania do paradygmatu DIY. Również respondenci przeprowadzonych wywiadów wskazywali na działania laboratoryjne odnoszące się do zjawisk charakterystycznych dla kultury wernakularnej, jak subwersywne konstruowanie laboratorium, procesualny charakter działań oraz różnorodnie definiowana lokalność.

Studium wybranych polskich medialabów podkreśla adekwatność zastosowania tytułowej koncepcji do analizy praktycznych realizacji ośrodków. Jednocześnie wskazuje na istotną kwestię, celowo pominiętą przeze mnie w ramach głównych rozważań. Jest nią marginalizacja dorobku medialabów państw Europy Środkowo-Wschodniej, na łamach międzynarodowej literatury, względem ośrodków zachodnich. Centralny punkt medialabowej debaty stanowią odwołania prekursorskich instytucji, jak powstały w roku 1985 MIT Media LAB, którego aktywność już dwa lata po zainicjowaniu przyczyniła się do powstania obszernej publikacji *The Media Lab: Inventing a future at MIT* (Brand, 1987). Wynika to ze znaczącego opóźnienia w dotarciu koncepcji laboratorium na lokalne pole badawcze oraz praktyczne, jednocześnie zachęcając do debaty nad rozwojem laboratoriów w szerszej perspektywie lokalnej, obejmującej ośrodki zlokalizowane na terenie części kontynentu europejskiego.

Propozycją rozwijaną przeze mnie w dalszych badaniach jest określenie wspólnej perspektywy dla medialabów wybranych państw postsocjalistycznych w Europie, która przekładać się będzie na charakterystykę ośrodków oraz podejmowane przez nich aktywności naukowe. Potencjał dostrzegam w propozycji paradygmatu kultury wernakularnej, który łączy elementy wspólne dla

regionu. Należy do nich m.in. wspomniane i szeroko analizowane zakorzenienie paradygmatu *Do It Yourself* w społeczeństwie, wynikające z realiów gospodarki niedoboru, charakterystycznej dla systemu centralnie sterowanego planowania.

Bibliografia

- Brand, Stewart (1987). *The Media Lab: Inventing The Future at MIT*. New York: Viking Penguin Inc.
- Filiciak, Mirosław i Tarkowski, Alek (2011). Medialab – instrukcja obsługi. W: Filiciak, Mirosław, Tarkowski, Alek i Jałosińska, Agata (red.). *Medialab. Instrukcja obsługi*. Chrzelice: Fundacja Ortus, 11–16.
- Garda, Maria (2020). Przystawianie kulturowe mikrokomputerów w PRL w latach osiemdziesiątych XX wieku. W: Sitarski, Piotr, Garda, Mara B. i Jajko, Krzysztof (red.). *Nowe media w PRL*. Łódź: Wydawnictwo UŁ, 155–165.
- Gudkova, Svetlana (2012). Wywiad w badaniach jakościowych. W: Jemielniak, Dariusz (red.). *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*, Tom 2. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 111–129.
- Klimczuk, Andrzej (2013). The Role of Medialabs in Regional Cultural and Innovative Policy. In: Hittmár, Štefan (ed.). *Žilina: Faculty of Management Science and Informatics*. Žilina: University of Žilina, 130–132.
- Klimczuk, Andrzej (2016). Inicjatywy medialab w Polsce. W kierunku nowych instytucji kultury – komunikat z badań. *Kultura Współczesna*, 1, 28–30.
- Kvale, Steinar (2012). *Prowadzenie wywiadów*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Lantis, Margaret (1960). Vernacular Culture. *American Anthropologist*, 62, 202–216.
- Lévy, Pierre (1997). *Collective Intelligence – Mankind’s Emerging World In Cyberspace*. Cambridge: Perseus Books.
- Maj, Anna (2017). Medialaby, fablaby i banki wiedzy jako nowe modele instytucji edukacyjnych i animacyjnych. Problemy i wyzwania. *Państwo i Społeczeństwo*, 3, 86–103.
- Marecki, Piotr (2018) (red.). *Gatunki cyfrowe. Instrukcja obsługi*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Marecki, Piotr (2019). *Praktyka i eksperyment. Laboratoryjny model humanistyki*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Marecki, Piotr, Yermey, i Straka, Robert „Hellboj” (2019a). *Demoscena. ZX Spectrum*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Marecki, Piotr, Argasiński, Jan K., Woynarowski, Jakub, Yermiej, Straka, Robert „Hellboj”, Onak, Leszek i Olczyk, Jacek (2019b). *UBU lab. Raporty techniczne 2016–2019*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Napiórkowski, Marcin, Szarecki, Artur, Dobrosielski, Paweł, Filipkowski, Piotr i Kaczmarek, Olga (2015). Kultura wernakularna. Antropologia projektów nieudanych. *Kultura Współczesna*, 3(87), 14–26.
- Orszak-Dudkowska, Katarzyna (2016). „Zrób to sam/Do it yourself”. Nowe oblicza rzemiosła i rękodzieła w kulturze współczesnej. *Zeszyty Wiejskie*, XXII, 99–107.
- Pawlicka, Urszula (2015). To nie jest muzeum, to jest laboratorium. *Czas Kultury*, 2, 60–65.
- Pawlicka, Urszula (2017). Humanistyka: pracownia, centrum czy laboratorium? *Teksty Drugie*, 1, 314–333.
- Pawlicka-Deger, Urszula (2020). The Laboratory Turn: Exploring Discourses, Landscapes, and Models of Humanities Lab. *Digital Humanities Quarterly*, 14.3. Access: <http://www.digitalhumanities.org/dhq/vol/14/3/000466/000466.html> [12.08.2021].
- Rytel, Grzegorz (2015). Wernakularna, czyli jaka? Uwagi semantyczne na marginesie tematu konferencji. *Budownictwo i Architektura*, 3, 143–149.
- Słodowy, Adam (1974). *Lubię majsterkować*. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne.
- Wershler, Darren, Emerson, Lori and Parikka, Jussi (2021). Introduction: Everything is a Lab. In: Wershler, Darren, Emerson, Lori and Parikka, Jussi. *The Lab Book. Situated Practices in Media Studies*, [online]. University of Minnesota Press Open-Access Library. Access: <https://manifold.umn.edu/read/introduction-everything-is-a-lab/section/bd82bc49-24e2-4e1d-b7d5-e2430884848a> [28.11.2021].

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie koncepcji badań laboratoriów cyfrowej humanistyki w perspektywie kultury wernakularnej. Tekst uwzględnia teoretyczne założenia modelu laboratoryjnego oraz kultury wernakularnej jako propozycji metodologicznej, także w odniesieniu do genezy terminu. Autor podejmuje rozważania na podstawie czterech wyznaczników koncepcji: emergentności, subwersywności strukturalnej, lokalności oraz amatorskości.

Studium przypadku polskich instytucji zostało oparte na wywiadach przeprowadzonych z przedstawicielami trzech medialabów: w Gdańsku, w Krakowie oraz w Katowicach. Na podstawie wniosków z badań wysunięto propozycję analizowania medialabów w kontekście tytułowego paradygmatu, uwzględniając przedmiot podejmowanych aktywności w laboratoriach oraz specyfikę ich funkcjonowania. Badacz zwraca uwagę na aspekty określające działania medialabów: regionalny kontekst historyczny, potrzeby społeczne, lokalna kultura cyfrowa, paradygmat Do It Yourself.

W podsumowaniu autor proponuje szerszy kontekst przyszłych badań laboratoriów cyfrowej humanistyki w europejskich państwach postsocjalistycznych.

Media labs in vernacular culture context. Case study of polish institutions

Summary

This article analyses the concept of research in digital humanities laboratories from the perspective of vernacular culture. The text considers the theoretical assumptions of the laboratory model and vernacular culture as a methodological proposal, also taking into account the genesis of the term. The study is based on three determinants of the concept: emergent, structural subversiveness, local and amateurishness.

The case study of Polish institutions was based on interviews with representatives of three media labs: in Gdańsk, Kraków and Katowice. The research conclusions led to a proposal to analyse media labs in the context of the title paradigm, taking into account the activities undertaken in the laboratories and the specificity of their functioning. The study focused on the aspects that define the activities of media labs: the regional historical context, social needs, local digital culture, and the Do It Yourself paradigm.

In the summary, the author proposes a broader context for future research of digital humanities laboratories in European post-socialist countries.

Katarzyna Szklarek-Zarębska

ORCID: 0000-0001-6354-2606

Wydział Filologiczny

Uniwersytet Łódzki

Motywy starości, przemijania i śmierci w twórczości Waldemara Modestowicza na przykładzie słuchowisk *Drugi pokój*, *Starość jest piękna* i *Sprzątanie*

Słowa kluczowe: słuchowisko, dramat radiowy, przemijanie, starość, śmierć, Waldemar Modestowicz

Keywords: radio drama, old age, death, passing, Waldemar Modestowicz

Piękno, choćby napotkane niespodzianie, jest czymś w rodzaju rękoi, iż w całym zamęcie rzeczywistości – ze wszystkimi jej niedoskonałościami i złem [...] – to, co prawdziwe nie leży w niedostępnej dali, ale wychodzi nam na spotkanie.

Gadamer, 1993, s. 20

Słuchowiska *Drugi pokój*, *Starość jest piękna* i *Sprzątanie* w reżyserii Waldemara Modestowicza to poruszające opowieści o starości, przemijaniu i śmierci. Celem artykułu jest omówienie utworów fonicznych, wskazanie różnic w realizacji dźwiękowej wymienionych motywów, a także analiza zabiegów kompozycyjnych i rozwiązań formalnych stosowanych przez reżysera w celu pełnego ukazania tematu utworu radiowego, budowania jego audiosfery oraz ewokowania emocji u odbiorcy. Autorka tekstu posłużyła się analizą komparatystyczną elementów strukturalnych przekazu, których zastosowanie pozwala na uwypuklenie treści związanych ze wspomnianymi powyżej motywami. Omawiane utwory radiowe należą zarówno do grupy słuchowisk oryginalnych (*Drugi pokój* i *Sprzątanie*), jak i adaptacji (*Starość jest piękna*)¹, czyli, jak pisze Joanna Bachura (2012, s. 32),

¹ Należy dla porządku jednak wspomnieć, że wśród badaczy radia pojawiła się także interpretacja *Drugiego pokoju* (autorstwa Aleksandry Pawlik), uznająca wspomniane słuchowisko za szczególnie rodzaj adaptacji.

działania związanego z przekładem tekstu, który powstał z myślą o innym systemie semantycznym na realizację dźwiękową.

Drugi pokój to opowieść o małżeństwie, które mieszka wraz ze starszą kobietą zajmującą sąsiedni pokój. Imion głównych bohaterów nigdy nie poznamy, a głosu trzeciej osoby radiowego dramatu nawet nie usłyszymy. Herbert nazwał postaci: *On*, *Ona* oraz *To, co jest za ścianą*. Autor tekstu stworzonego specjalnie na potrzeby radia w 1958 roku, o czym pisze Aleksandra Pawlik (2011, s. 381), zbudował dramaturgię opartą na kontrapunkcie ciszy i dźwięku, którą, w sposób niezwykle udany, zrealizował Waldemar Modestowicz. Utwór foniczny w jego reżyserii miał premierę 4 kwietnia 1993 roku. Powtórnie został nadany, m.in., 15 lutego 2008 roku w radiowej Dwójce². W słuchowisku wystąpili: Joanna Trzpiecińska jako małżonka i Jarosław Gajewski jako małżonek. Realizacją akustyczną zajęła się Małgorzata Małaszko, a muzykę stworzyli Marek Kazan i Marek Mac.

Słuchowisko, w ujęciu Sławy Bardijewskiej (2011, s. 43), jest dziełem o dwu-istej formie (z jednej strony tekstowej, a z drugiej dźwiękowej), otwartym na wielość realizacji fonicznych. W kontekście „sztuk na głosy” Herberta ważniejsze jednak wydaje się podkreślenie przez badaczkę poetyckości jako jednej z cech słuchowiska. Bardijewska dodaje również, że „słuchowisko jest formą bardziej otwartą ku rzeczywistości niż inne gatunki literackie i wrażliwszą od nich na współczesność. Dystans między utworem i życiem staje się tu mniejszy, wzrasta element autentyzmu, pojawia się możliwość współuczestniczenia sztuki w rzeczywistości, pozaestetycznych faktach [...]” (Bardijewska, 1978, s. 7).

Pierwszej fonicznej konkretyzacji dramatu Herberta dokonano na długo przed powstaniem dzieła audialnego w reżyserii Modestowicza. Kilkadziesiąt lat wcześniej – w roku, gdy słuchowisko zostało napisane – odbyła się premiera dźwiękowej realizacji *Drugiego pokoju*. Miała ona miejsce 24 kwietnia 1958 roku. Reżyserem był Janusz Warnecki, a jego asystentem Juliusz Owidzki. Zagrali Halina Mikołajska oraz Wieńczysław Gliński. Słuchowisko to otrzymało III nagrodę w pierwszym po wojnie ogólnopolskim konkursie Polskiego Radia na słuchowisko oryginalne. *Drugi pokój* z 1958 roku znalazł się, m.in., na drugiej płycie z serii *Złota setka Teatru Polskiego Radia*. W dniu 15 marca 1958 roku³ Warnecki wyreżyserował także wersję słuchowiska z Janiną Traczykówną i Tadeuszem Łomnickim w rolach głównych. Realizatorką akustyczną utworu radiowego była Halina Machayówna⁴.

Akcja ascetycznego dźwiękowo dramatu rozgrywa się głównie w mieszkaniu. Bohaterowie słuchowiska (*On* i *Ona*) dzielą je ze starszą kobietą, którą uważają za uciążliwą. Małżonkowie twierdzą, że staruszka zbyt ingeruje w ich życie,

² *Wieczór ze słuchowiskiem: Zbigniew Herbert „Drugi pokój”*, (2015), [online]. Polskieradio.pl. Dostęp: <http://www.polskieradio.pl/8/295/Artykul/214181,Wieczor-ze-sluchowiskiem-Zbigniew-Herbert-Drugi-pokoj> [28.11.2021].

³ Wskazana data jest datą nagrania słuchowiska. Źródła nie podają daty emisji wspomnianego utworu fonicznego.

⁴ *Drugi pokój*, (2022), [online]. Encyklopediateatru.pl. Dostęp: <https://encyklopediateatru.pl/przedstawienie/50441/drugi-pokoj> [14.01.2022].

próbuję inicjować konwersacje. Sytuacja, w której znaleźli się bohaterowie, przypomina historię „zaczepniętą z kroniki sądowej” – jak określa to Marta Piwińska (1998, s. 323).

Słowo i dialog bohaterów stają się podstawą utworu fonicznego. Sposób zachowania kobiety i krótkie interakcje z bohaterami znamy jedynie z ich relacji. *Ona* opowiada swojemu mężowi o tym, że starsza pani ostatnio bardzo wyłysiała. Z relacji wyłania się również przepastna samotność starszej kobiety i otchłań społeczna. Aleksandra Pawlik w artykule *Słuchowisko „Drugi pokój” Zbigniewa Herberta jako rodzaj adaptacji* pisze:

Obecność trzeciego bohatera jest jednak nieustannie odczuwalna w słuchowisku w sposób pośredni, dzięki wprowadzeniu perspektywy permanentnego podsłuchiwania – bohaterowie spektaklu wciąż podsłuchują lub obawiają się podsłuchania. Paradoksalnie właśnie słuchanie staje się specyficzną formą kontaktu małżonków z *Tym, co jest za ścianą*. W swoistym akcie komunikacji starszuszka może zaznaczyć swą obecność spadającą pokrywką czy skrzypiącym łóżkiem (Pawlik, 2011, s. 389).

Odbiorca również zostaje wciągnięty w grę nasłuchiwania, a spektaklowi radiowemu towarzyszy atmosfera ciąglego napięcia, której wpływ da się także usłyszeć w słowach bohaterów dramatu:

ONA: Niedługo już nie będziemy mogli na siebie patrzeć. Znam już ciebie na pamięć. Czasem mam ochotę odejść.

ON: Trzeba się gubić i znajdować. To jest potrzebne dla miłości.

ONA: Moglibyśmy razem wyjechać.

ON: Dokąd?

ONA: Do innego miasta.

ON: W innym mieście to samo.

ONA: Wszędzie to samo.

ON: Czasem chce mi się biec i krzyczeć.

ONA: Co krzyczeć?

ON: Aaaaoo! Tak.

ONA: Ciasno aż w gardle ściska.

Ważnym aspektem jest również gradacja ciszy oraz zmiana jej znaczeń. Małżonkowie odnoszą wrażenie – próbując wychwycić choćby najmniej słyszalny dźwięk, który świadczyłby o obecności kobiety – że za każdym razem cisza oznacza coś innego. Próbuje różnych środków i sposobów, aby usłyszeć seniorkę. Gdy bohaterom odpowiada cisza, nieznośne milczenie niemal za każdym razem odbierają inaczej: *cicho, ciszej, głucho* – to określenia, które padają z ich ust.

Słuchacz również zostaje wciągnięty w swoistą grę nasłuchiwania. Odpowiednie operowanie ciszą i pauzą sprawia, że odbiorca wraz z małżonkami próbuje odpowiedzieć na pytanie, co dzieje się z kobietą znajdującą się w sąsiednim pokoju. Dla bohaterów nasłuchiwanie staje się czynnością, której w pełni się poświęcają:

ONA: Cicho. Rusza się. Posłuchaj.

Pauza

ON: Nic nie słyszę.
ONA: Tak jakby łożko skrzypiało.
ON: Złudzenie.
ONA: Ciszej. Teraz.

Nasłuchiwanie jest nie tylko próbą „wychwycenia” oznak życia, w pewnym momencie czynność przeobraża się w nasłuchiwanie śmierci, która przynosi ze sobą – chciałoby się napisać – grobową ciszę. Temu nasłuchiowaniu towarzyszy oszczędna „kuchnia akustyczna”, przerywana pojedynczymi dźwiękami i muzyką, którą słyszymy, gdy za jej pomocą małżonkowie próbują sprowokować *To, co jest za ścianą*. Słuchowisko jest nie tylko opowieścią o samotności, przemijaniu i starości, ale także o śmierci, która jest w tym przypadku końcem wszystkiego – dramatu seniorki, konieczności nieustannego nasłuchiwania i niepokoju małżonków oraz, oczywiście, fabuły utworu.

W kontekście takich rozważań główną bohaterką staje się właśnie starsza kobieta. Odbiorca poznaje ją (pośrednio, poprzez zabiegi, o których wcześniej wspomniano) dopiero u schyłku jej życia. Nie dowie się, jaki zawód uprawiała, czy jej życie było szczęśliwe, dlaczego teraz w sędziwym wieku (nie wiemy, ile dokładnie ma lat) znalazła się w takiej sytuacji, że musi współdzielić mieszkanie z obcymi ludźmi. Żaden z bohaterów nigdy o to nie zapyta, a kobieta, z powodu odrzucenia jej jako pełnoprawnej partnerki do rozmowy, nie będzie miała szansy, aby o tym opowiedzieć.

Autorka artykułu nie chciałaby jednak, aby *On* i *Ona* stali się w świetle tej interpretacji czarnymi charakterami omawianego spektaklu radiowego. Są to najpewniej ludzie zagubieni, którzy – choć pragną pozbyć się starszej kobiety – tak naprawdę nie są w stanie (ze względu na swą wewnętrzną blokadę, a nie czynniki zewnętrzne) zbyt wiele zdziałać. Jacek Kopciński pisze (2008, s. 279), że sposób funkcjonowania bohaterów determinuje reguła, którą badacz określa syndromem „nie-do”. Mówienie nazywa „nie-do-mówieniem”, a działanie „nie-do-działaniem”. Autor książki *Nasłuchiwanie. Sztuki na głosy Herberta*, odnosząc się do słów małżonka, że lepiej jest umierać w domu, pisze o bohaterach dramatu następujące słowa:

Cień empatii wobec kobiety za ścianą kryje głuchą, pewnie rzadko ujawnianą rozpacz mężczyzny. W dramatach Herberta takie chwile odmieniają głos mówiącego. Dłuższa od pozostałych kwestia mężczyzny⁵ przenosi ten nerwowy dialog na nieco wyższe piętro refleksji, zamienia go w ich wspólną formę myślenia o umieraniu. *On*, słowo po słowie, konstruuje bolesny obraz ludzkiej samotności, *Ona* chce mu zaprzeczyć, w jej słowie słyszymy szyderstwo, ale wreszcie ulga (Kopciński, 2008, s. 278).

To, co jest za ścianą powoli milknie, ustają ostatnie odgłosy, np. spadającej pokrywki, a światło w pokoju pali się cały dzień. Niewypowiedziane słowa już nigdy nie padną, pustka i samotność w sercu kobiety, której uczuć możemy się jedynie domyślać, nie zostaną wypełnione dobrymi uczynkami. Starość,

⁵ Kopciński odnosi się do kwestii: „Lepiej w domu. Człowiek wstydzi się śmierci. Wie, że będzie leżał na wznak z otwartymi ustami i wszystko będzie można z nim zrobić. Lepiej w domu”.

samotność oraz śmierć (będąca być może nie tylko naturalną kolejną rzeczą, ale także przyspieszona z powodu braku życiowego celu i poczucia sensu dalszego istnienia) są w tym słuchowisku uosobione przez ciszę i milczenie. Starsza kobieta odchodzi w samotności, odrzuceniu oraz w kompletnej ciszy. Cisza jest zatem aktywna semantycznie i w tym przypadku oznacza śmierć. Być coraz ciszej, to zbliżać się do kresu życia, zamilknąć – umrzeć.

Starość jest piękna Esther Vilar w adaptacji i reżyserii Waldemara Modestowicza to spektakl radiowy, który może być w pewnym stopniu postrzegany jako przeciwieństwo *Drugiego pokoju*. Głos osamotnionej starszej kobiety z dramatu Zbigniewa Herberta oraz niewypowiedziane słowa, które mogłyby paść z jej ust, są wykrzywane donośnym wielogłosem w utworze fonicznym *Starość jest piękna*. Elżbieta Pleszkun-Olejniczkowa pisze, że obraz starości jest ukazany w nim jako „propozycja swoistych antystereotypów” (Pleszkun-Olejniczkowa, 2012, s. 203).

Słuchowisko zostało premierowo zaprezentowane 22 marca 2007 roku. Wystąpili: Grażyna Barszczewska, Anna Milewska, Zofia Saretok, Arkadiusz Bazak. Realizatorem akustycznym był Tomasz Perkowski, a za opracowanie muzyczne odpowiadała Małgorzata Małaszko. Adaptacja tekstu Esther Vilar w tłumaczeniu Bożeny Intrator była dziełem reżysera słuchowiska Waldemara Modestowicza.

Dramat radiowy rozpoczynają przejmujące dźwięki muzyki granej na skrzypcach oraz płacz dziecka (po chwili dołącza do niego również płacz Starej Kobiety), które stanowią klamrę kompozycyjną słuchowiska (z tą różnicą, że w zakończeniu, obok tej samej muzyki, pojawia się śmiech dziecka). Trwający blisko pół godziny utwór foniczny jest manifestem starości, w którym wykrzyczany zostaje brak zgody na dyskryminację ze względu na wiek oraz pogarda dla wszechobecnego kultu młodości. Joanna Bachura oraz Aleksandra Pawlik piszą, że w słuchowisku tym najważniejsza jest warstwa słowna, językowa, a wspomniany już zabieg reżyserski jest „pewnego rodzaju scenerią, dźwiękowym refleksem, wszak dopełniającym semantyczności tekstu” (Bachura i Pawlik, 2011, s. 453). Starsi ludzie wyraźnie eksplikują swoje niezadowolenie i potrzeby. Ich donośne, czasem nakładające się na siebie głosy, prezentują rozbudowany wachlarz emocji. Gra aktorska jest pełna ekspresji. Młodzi duchem mają odwagę wykrzyknąć swoim młodszym wiekiem bliskim, co sądzą o ich podejściu do starości.

Wydaje się, że we współczesnym świecie starość (przynajmniej według przyjętych norm) jest szanowana. Seniorom należy się szczególne traktowanie. Aby przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu, powstają zajęcia dla osób starszych, uniwersytety trzeciego wieku oraz wiele innych „urozmaiceń” schyłku życia. Warto jednak zauważyć, że w wydarzeniach tych uczestniczą jedynie starzy ludzie, co separuje ich od reszty społeczeństwa i tworzy zamknięte środowiska. Seniorzy nie zgadzają się na szczególne traktowanie, które staje się dla nich synonimem pobłażliwości. Bohaterowie słuchowiska uważają, że młodzi nie odnoszą się poważnie do ich problemów. Wyjątkowe traktowanie nabiera cech

pejoratywnych. Osobami starszymi – jak słyszymy w słuchowisku – „twarz wycierają” sobie również politycy:

KOBIETA TRZECIA: Nasz rząd w szczególny sposób troszczy się o emerytów i rencistów, dlatego prosimy o głosy w następnych wyborach. Mamy wiele do zaoferowania: wyższe emerytury, tańsze wycieczki dla seniorów i wygodniejsze domy seniora, weselsze wieczorki dla seniorów, kluby seniorów, sklepy dla seniorów, nawet uniwersytet dla seniorów. Zmierzch życia powinien być piękny.

Głos kobiety wygłaszającej powyższą kwestię nasycony jest sarkazmem, ironią i stoi w sprzeczności do wypowiedzanych słów, podważając ich znaczenie. Starzy ludzie nie łamią jednak wyraźnie – aż do czasu wykrzyknięcia poruszającego manifestu starości – konwencji tej przedziwnej społecznej gry. Umieszczeni w domach opieki dla seniorów uśmiechają się, słysząc podczas odwiedzin stwierdzenia najbliższych, że pobyt im służy. Ważniejsza bowiem niż godziwe i poważne traktowanie staje się dla nich miłość bliskich. W utworze radiowym opartym na tekście Esther Vilar pozwalają sobie na wypowiedzenie wszystkiego, na zwołanie tego dźwiękowego „wiecu”, aby w końcu dać o sobie znać i przypomnieć, że są ludźmi z krwi i kości, którzy mają prawo do pomyłek, miłości (także fizycznej), a nade wszystko nie chcą być traktowani jak dzieci. Nie wyrażają też zgody na siłowe odmładzanie, które traktują jak wynikającą ze wstydu potrzebę maskowania starości – obwisłej skóry i zmarszczek, która rodzi u młodych nieprzyjemne poczucie, że kiedyś także czeka ich odrzucający zapach starości. Odmładzanie, umieszczanie w domach pomocy oraz dodatkowe atrakcje dla seniorów służą *de facto* ich bliskim. Dzięki tym zabiegom młodzi mają poczucie, że pomogli niedołężnym członkom rodziny.

Bohaterowie słuchowiska są bardziej pogodzeni ze swoim wiekiem niż ich młodszy bliscy, których starość nie dotyczy jeszcze osobiście. Wybrzmiewa to szczególnie pod koniec słuchowiska, gdy pojawia się melodyjna, łagodna, wręcz pogodna muzyka, podkreślająca piękno starości, a głosy bohaterów stają się cieplejsze. Obawa młodych przed sędziwym wiekiem, samotnością i umieraniem sprawia, że zachowują pozory, jakoby ich starsi członkowie rodziny byli pełni życia, a śmierć stanowiła odległy, czasem tylko w przybliżeniu złego nastroju niepotrzebnie poruszany, abstrakcyjny problem. Sami także robią wszystko, aby nigdy się nie zestarzeć. Podświadomie muszą zdawać sobie jednak sprawę, że być może ich także czekają samotność, odrzucenie, zapach starości i ułomność ciała. Ilustruje to kolejny fragment omawianego utworu fonetycznego:

KOBIETA TRZECIA: Wystraszyliście się, bo pomyśleliście o waszej przyszłości? O tym, jacy będziecie, jeśli dożyjecie naszego wieku? Naprawdę jesteście takie brzydkie i godne współzucia?

KOBIETA DRUGA: I każdego dnia coraz bardziej boicie się tego, co ma nadejść.

MEŹCZYŻNA: Samotności. Chorób.

KOBIETA PIERWSZA: Bezsilności. Starzenia się.

KOBIETA DRUGA: Odsunięcia.

KOBIETA TRZECIA: Zapomnienia.

KOBIETA PIERWSZA: No i w końcu, boicie się śmierci.

Odbiorca przysłuchuje się spektaklowi audialnemu, w którym bunt i utrata cierpliwości mieszają się z potrzebą przebywania z bliskimi, wspólnego spędzania czasu, poważnego traktowania i wreszcie miłości. Badaczki Joanna Bachura i Aleksandra Pawlik piszą:

Słuchowisko wymaga od samotnego słuchacza wewnętrznej intelektualnej aktywności. To dzieło otwarte, które istnieje tylko wtedy, gdy słuchacz bierze czynny udział w „dopowiadaniu”, dookreślanu fabuły i świata przedstawionego. Owa wymagowana „prawda” staje się po części jego własną... Słuchowisko przemienia słuchacza w odbiorcę widzącego, widzenie umożliwia mu słowa, w których obecne są liryzm, marzenia, głębia, głos starszych ludzi przemawiających w słusznej sprawie, broniących praw do godnej „jesieni życia”. Możemy zaryzykować twierdzenie, że *Starość jest piękna* odtwarza żywy obraz przeżyć naszej świadomości (Bachura i Pawlik, 2011, s. 453).

Podobnie jak w przypadku słuchowiska *Drugi pokój* Zbigniewa Herberta w reżyserii Waldemara Modestowicza także *Starość jest piękna* angażuje słuchacza w sposób niemal absolutny. Dodatkowo może on wreszcie usłyszeć to, czego tak usilnie nasłuchiwał w pierwszym z wymienionych utworów radiowych. Ból, samotność, odrzucenie – to wszystko wybrzmiewa w słuchowisku *Starość jest piękna* w sposób pełny i bogaty. W *Drugim pokoju* starość wywoływana jest do odpowiedzi, a bohaterowie utworu fonicznego *Starość jest piękna* nie potrzebują zachęty, zmuszając do milczenia i uważnego wysłuchania ich racji nie tylko swoich bliskich, ale przede wszystkim odbiorców słuchowiska.

Warto zwrócić uwagę również na aktywne semantycznie elementy „kuchni akustycznej” opisywanego utworu fonicznego. W pierwszych minutach słuchowiska pojawia się dźwięk „kukułki” przywodzącej na myśl stare zegary, a następnie kilkakrotnie słyszymy tykanie zegara, co skojarzyć można, oczywiście, z upływającym czasem, przemijaniem, a także kruchością i nietrwałością życia. Gdy protagoniści wspominają o tęsknocie za bliskimi, przez kilka sekund odbiorca słyszy odgłos zajętej linii telefonicznej, która staje się synonimem braku kontaktu. Kończący słuchowisko śmiech dziecka sygnalizuje zaś, w ocenie autorki artykułu, pogodzenie się ze starością i podkreślenie jej wartości i tytułowego piękna. Reżyser i realizator akustyczny stosują także pojedyncze zabiegi, których funkcja jest czysto ilustracyjna, jak np. szczekanie czy warczenie psa. W ostatnich minutach utworu radiowego słuchaczom towarzyszą odgłosy bicia serca i dobrze słyszalny, powolny oddech. Głosy bohaterów stają się jednak coraz cichsze. Podobnie więc jak w *Drugim pokoju* ta degradacja dźwięku sygnalizuje zbliżającą się śmierć. Co ciekawe, przywołany zostaje także motyw nasłuchiwania, które w przypadku słuchowiska *Starość jest piękna* staje się czynnością przynależną starszym. Nasłuchiwanie i nadmiar czasu oznaczają starość, a działanie i brak czasu – młodość.

Ponadto jeśli chodzi o formę dwóch wymienionych spektakli radiowych, to w przypadku *Drugiego pokoju* możemy powiedzieć o konstrukcji, która oparta została na kontrastowym zestawieniu dźwięków i pauz, ciszy i hałasu. Gdy mowa o utworze radiowym *Starość jest piękna*, warto wymienić wielość głosów bohaterów, podkreśloną nakładaniem się na siebie poszczególnych słów,

a także ich multiplikację. W obu słuchowiskach muzyka pełni ważną funkcję dramaturgiczną, podkreśla odpowiednie momenty i wagę słów, buduje napięcie, a w połączeniu z głosami bohaterów – szczególnie w drugim z omawianych słuchowisk – potęguje siłę emocji. Podstawą dzieł są oczywiście teksty napisane kolejno przez Zbigniewa Herberta i Esther Vilar (w tym przypadku radiowej adaptacji dokonał, co należy jeszcze raz podkreślić, Waldemar Modestowicz), ale rola reżysera spektakli radiowych jest nie do przecenienia, gdy należy określić kształt dźwiękowy oraz emocje i refleksje wywoływane u odbiorców poprzez taką konkretyzację tekstu.

Rozważania dotyczące słuchowiska *Starość jest piękna* autorka artykułu chciałaby podsumować słowami poety Güntera Grassa z wiersza *Pozostawieni między starcami* (1986, s. 102):

W zaplamione dłonie
wcześnie wstających starców
złożono świat [...]
My, postawieni między starce,
ogryzamy paznokcie krótko,
nie dorastamy

Słuchowiskiem, które porusza problem starości i samotności, jest również zasługujące na uwagę *Sprzątanie* Bartosza Wieczorka w reżyserii Waldemara Modestowicza. Realizatorem akustycznym utworu radiowego był Maciej Kubera, a opracowania muzycznego dokonała Renata Baszun. Obsada: Henryk Talar, Paweł Ciołkosz, Milena Suszyńska, Barbara Zielińska, Andrzej Gawroński, Leon Charewicz i Zofia Saretok. Premiera miała miejsce 13 stycznia 2010 roku na antenie radiowej Jedynki.

Bohaterami słuchowiska są dwaj mężczyźni, którzy pracują w administracji spółdzielni mieszkaniowej. Remontują mieszkanie po zmarłym lokatorze, a w miarę postępu prac stopniowo dowiadują się o nieżyjącym starszym mężczyźnie coraz więcej. Ich sposób podejścia do śmierci jest zdecydowanie odmienny. Na stronie internetowej *Dziennika Teatralnego* możemy przeczytać:

Jeden to stary „wyjadacz” – niewzruszony specjalista, którego śmierć samotnego staruszka zupełnie nie dotknęła. Drugi to młody idealista, próbuje poruszyć swojego starszego kolegę, wywołać jakieś emocje. Zdziwiająco szybko okaże się jednak, że bardzo łatwo jest stracić energię, nadzieję na realizację planów, marzeń, zamierzeń⁶.

Elżbieta Pleszkun-Olejniczakowa pisze, że *Sprzątanie* to utwór radiowy, w którym „podmiot, wokół którego koncentruje się akcja, swoisty quasi-bohater w samym słuchowisku jest zupełnie nieobecny” (Pleszkun-Olejniczakowa, 2011, s. 85). Podobnie jak w *Drugim pokoju* nigdy nie usłyszymy jego głosu. W tym przypadku nie znamy właściwie żadnej sytuacji z jego udziałem. W przeciwień-

⁶ Teatr Polskiego Radia, (2010), [online]. Dziennikteatralny.pl. Dostęp: <http://www.dziennikteatralny.pl/teatr-pr/wszystkie,1,2010,1.html> [29.11.2021].

stwie do starszej kobiety z *Drugiego pokoju* nie wiemy również, jak mężczyzna wyglądał – nawet z relacji osób trzecich. Przywoływana już Elżbieta Pleszkun-Olejniczakowa dodaje:

Słuchowisko wypełniają rozmowy dwu mężczyzn (młodszego i starszego) sprzątających zaniedbaną kawalerkę po śmierci starszego i – jak widać – bardzo samotnego człowieka. Mężczyźni początkowo wyraźnie różnią się stopniem empatii, zrozumienia, współczucia, by potem jakby wymienić się rolami; zaczynają w końcu wplatać w początkowo bardzo miałkie rozmowy własne wspomnienia i marzenia, wspominając przeszłość i snując plany na przyszłość (Pleszkun-Olejniczakowa, 2011, s. 85).

Na początku niespełna czterdziestominutowego słuchowiska pojawiają się dźwięki, które przywołują skojarzenia ze wspomnieniami z dawnych lat – być może wakacji, które starszy mężczyzna spędził z wnuczką. Słyszymy wesołe dziecięce głosy i szczekanie psa. Całość dopełniona zostaje dynamiczną, rytmiczną muzyką akordeonową, której brzmienie narasta, budując napięcie. Ta sama muzyka pojawi się w słuchowisku jeszcze czterokrotnie, za każdym razem wzbogacona o inne dźwięki, np. hałas remontu, gwar, odgłosy przejeżdżającego samochodu czy szczekanie psa. Eskalująca muzyka pełni zarówno funkcję dramaturgiczną, jak i konstrukcyjną, oddzielając sekwencje słuchowiska, np. kolejne dni trwającego remontu. Jego dźwięki, takie jak pukanie, szuranie, przesuwanie, otwieranie i zamykanie drzwi, towarzyszyć będą słuchaczom niemal przez cały czas trwania utworu fonicznego charakteryzującego się bogatą „kuchnią akustyczną”.

W pierwszych minutach utworu radiowego poznajemy starszego mężczyznę, który jest szefem młodego chłopaka. Cyniczny głos pracodawcy opisuje mieszkanie jako „małą dziuplę, w której nikt normalny nie będzie się bawił w większe remonty”. Szef skupia się na tym, żeby praca była jak najszybciej wykonana. Nie interesuje go, do kogo należało mieszkanie i jaka była historia zmarłego lokatora. Pozornie pozbawiony współczucia szef opowiada młodemu pracownikowi, jaki serial był emitowany w telewizji, gdy wynoszono ciało zmarłego lokatora. Dalej jest jeszcze bardziej drastycznie.

STARSZY MĘŻCZYŻNA: Jak wykitował, to chyba z tydzień leżał zanim go znaleźli. Kochane dzieciaczki wynajęły tę kawalerkę, same zamieszkały w jego domu i fora ze dwora! No i radź sobie człowieku zupełnie sam. Oj, nie, nie, ja to w życiu swojej córce nie oddam swojej chałupy za życia. Po co ryzykować?

MŁODSZY MĘŻCZYŻNA: Szefie, może przerwę zrobimy?

STARSZY MĘŻCZYŻNA: Co przerwę? A co ci jest? Co masz taką dziwną minę?

MŁODSZY MĘŻCZYŻNA: Nie, nic, nic, bo...

STARSZY MĘŻCZYŻNA: Co?

MŁODSZY MĘŻCZYŻNA: Jakoś mnie to wszystko... Niedobrze mi się zrobiło, szefie, duszno tu...

STARSZY MĘŻCZYŻNA: Duszno, duszno jak to latem w bloku. Ale to chyba nie tylko z duszności, co? Nie przejmuj się, nie przejmuj, nowy jesteś. Ja jak zaczynałem...

MŁODSZY MĘŻCZYŻNA: Niech szef sobie daruje tę opowieść. Idę zapalić na balkon.

Sytuacja ilustruje wspomnianą wcześniej różnicę we wrażliwości mężczyzn i ich podejściu do życia. Bohaterowie są jednak dynamiczni, a ich charakter zmienia się w czasie rozwoju fabuły słuchowiska. Szef, stąpający twardo po ziemi, także – jak się okazuje – posiada niezrealizowane marzenia oraz niespełnione nadzieje. Można przypuszczać, że w młodości jego charakter przypominał usposobienie młodszego pracownika. Dowiadujemy się, że jego brak wrażliwości spowodowany jest również doświadczeniem życiowym i samotnością. Pomimo tego, że ma rodzinę (żonę i córkę), to jej członkowie żyją własnym życiem, mijając się na co dzień. Żona spędza czas przed telewizorem, córka jest zajęta życiem towarzyskim, a mąż nie ma ochoty wracać do domu po pracy.

Najpierw poznajemy jednak marzenia i pragnienia młodego mężczyzny, który szuka mieszkania dla siebie i swojej dziewczyny, chciałby podjąć lepszą pracę, a także rozpocząć kurs fotograficzny i w przyszłości otworzyć własne studio. Starszy pracownik poddaje mu jednak pomysły, którym „bliżej do ziemi”. Proponuje mu podjęcie kursu „spawalniczego”, za który otrzymałby zwrot kosztów z administracji. Młodszy mówi, że „chciałby mieć swój własny świat i własny kąt”, a nie do końca życia sprzątać mieszkania i funkcjonować w takiej „umieralni”. Dopytuje także o to, czy „dziadek” miał znajomych w bloku, w którym mieszkał, a sąsiadka informuje go, że – co według mnie znamienne i stanowiące podobieństwo do *Drugiego pokoju* Zbigniewa Herberta – mężczyzna w podeszłym wieku był „cichy, spokojny” i „nie było słyhać, że żyje”. Musiał być też niezwykle samotny, a gdy umierał, nikt nie udzielił mu pomocy:

SĄSIADKA: Szkoda tylko, że nikt nie otworzył drzwi, jak on miał zawał. Dzwonił chyba do wszystkich, ale tu nikt nie otwiera, bo pełno tych, no, oszustów, złodziei czy innych takich tam włóczęgów, no.

Samotność tę komentuje szef, a słowa płynące z jego ust wskazują na wyższy poziom wrażliwości, niż z początku mogło się wydawać:

STARSZY MĘŻCZYŻNA: Aj, niewesołe pożegnanie ze światem. Głupio tak jakoś wyszło. Siedzi tu człowiek na człowieku, a tak naprawdę to pustynia. Sam wiem, bo kiedy mi mieszkanie okradli, to nikt nic nie widział, a pewien jestem, że to ktoś z bloku. Sąsiedzi, niech ich...

MŁODSZY MĘŻCZYŻNA: Sam szef widzi. Dziadek pewnie czuł się tu obco. Nie przesadza się starych drzew.

STARSZY MĘŻCZYŻNA: Gadanie. Mój ojciec też przeprowadził się do nowego bloku z matką i jakoś żyli. Niby byli tylko we dwoje, ale nikt nie narzekał.

MŁODSZY MĘŻCZYŻNA: Może miał swoją dumę, ale na pewno nie było mu tu dobrze.

Te zmiany nastroju szefa, wynikające prawdopodobnie z chęci ukrycia własnych emocji za prześmiewczą maską i ironiczną pozą, znajdują odzwierciedlenie w świetnej grze aktorskiej wcielającego się w tę rolę Henryka Talara. Słyhać ją również w scenie, w której protagonista rozmawia z żoną lub próbuje „zastąpić” telewizję.

W następnych minutach słuchowiska z listu odnalezionego przez pracowników remontujących mieszkanie dowiadujemy się o relacji dziadka z wnuczką.

Dziewczyna, która ma na imię Janka, listownie informuje, że zamierza na stałe wrócić do Polski, a słuchacz domyśla się, że zmarły lokator musiał pod koniec życia tęsknić za wnuczką, którą najprawdopodobniej bardzo kochał. Jeszcze tragiczniejszego wymiaru nabiera omawiany utwór radiowy, gdy okazuje się, że dziewczyna przyjechała do dziadka, nie wiedząc o jego śmierci. Być może to, na co czekał tak długo, miało się spełnić w najbliższym czasie. Wydarzeń tych samotny lokator już jednak nie dożył.

Rozważania dotyczące słuchowiska *Sprzątanie* autorka tekstu chciałaby zilustrować słowami Elżbiety Pleszkun-Olejniczkowej:

Można by – choć jest to może nieco nadprogowa interpretacja – spróbować przyjąć nawet, iż pojawia się na końcu refleksja o charakterze egzystencjalnym. Nie dowiadujemy się, słuchając 90% słuchowiska, czemu stary człowiek odchodził tak samotnie; przez moment w tle zamajaczy tylko zdjęcie wnuczki, najwyraźniej do końca kochanej przez starego pana. Ostatecznie mieszkanie zostało posprzątane; może przyjąć kolejnego samotnego lokatora (Pleszkun-Olejniczakowa, 2011, s. 85).

Na koniec należy podkreślić, że omawiany utwór foniczny posiada zdecydowanie najbardziej rozbudowaną „dekorację foniczną” ze wszystkich omawianych w tekście słuchowisk. Pierwszym planem utworu radiowego stają się rozmowy mężczyzn podczas remontu, drugi rozgrywa się na klatce schodowej, gdzie pojawiają się sąsiedzi denata. Kwestie wypowiedane przez sąsiadów i wnuczkę zmarłego lokatora charakteryzuje pogłos. Dźwięki tła zaś, choć niemal wszechobecne, nie narzucają się i nie męczą słuchacza.

Słuchowiska wymieniane w niniejszym tekście łączy wspólny temat, który – jak zostało już podkreślone – podejmowany jest poprzez różnorodne sposoby narracji oraz fonicznej konkretyzacji tekstów. *Drugi pokój*, *Starość jest piękna* oraz *Sprzątanie* są dziełami o samotności, przemijaniu, odchodzeniu i trudnym okresie schyłku życia bohaterów. Jednych poznajemy bezpośrednio poprzez ich wypowiedzi, wykrzyczane słowa i wielki manifest przeciwko kultowi młodości (*Starość jest piękna*), a innych jedynie pośrednio (*Drugi pokój* oraz *Sprzątanie*). Można by również zaryzykować ustanowienie pewnej gradacji, stopnia poznania bohaterów. Największy stopień „gwarantuje” słuchowisko na podstawie tekstu Esther Vilar. Dzieło audialne „pozwała” nam usłyszeć bohaterów, a dzięki brzmieniu i tembrowi głosu oraz sposobowi, w jaki wypowiadają kolejne kwestie, również wyobrazić sobie w dużym stopniu, jak wyglądają. Elżbieta Pleszkun-Olejniczakowa zaznacza:

Głosy ludzkie były niemal wyłącznym wyznacznikiem tożsamości postaci słuchowiskowej (niemal, bo czasem – choć nieczęsto – pojawieniu się danej osoby przed mikrofonem towarzyszyły te same grupy dźwięków lub ten sam motyw muzyczny). Dobrze zatem się działo, gdy głosy aktorów występujących w słuchowisku były możliwie zróżnicowane, łatwe do rozpoznania przez słuchacza. Z drugiej strony barwa głosu, sposób mówienia determinowały do pewnego stopnia „odczytywanie” danej postaci słuchowiskowej (Pleszkun-Olejniczakowa, 2000, s. 64–65).

Następne w owej gradacji byłoby słuchowisko *Drugi pokój*, z którego dowiadujemy się o wyglądzie i zachowaniu starszej kobiety z relacji małżonków dzielących z nią mieszkanie. Najmniej wiemy zaś o „dziadku” ze spektaklu radiowego *Sprzątanie*.

Scena teatru radiowego jest jednym z najlepszych miejsc, jakie można sobie wyobrazić do poruszania tematów osobistych i trudnych, podejmowanych w trzech wybranych utworach fonicznych. Samotność, która jest przecież nierozzerwalnie związana z wszechobecną ciszą, nigdzie nie wybrzmiewa tak mocno jak w dziełach audialnych. Manifesty wypowiedziane zmultiplikowanymi głosami starców w żadnym innym medium nie zabrzmiały natomiast tak chóralnie i donośnie. Radio daje reżyserom – którzy tak jak Modestowicz mistrzowsko operują kontrastem ciszy i dźwięków – niezwykle możliwości. Taka forma stwarza też słuchaczowi szansę obcowania z przekazem niemal intymnym – tak jak intymne są tematy i problemy poruszane w omówionych słuchowiskach.

Celem artykułu było porównanie wybranych słuchowisk w reżyserii Waldemara Modestowicza, które ujmują dźwiękowo motywy śmierci, przemijania i samotności. Historia opowiedziana jest w analizowanych utworach radiowych w zupełnie inny sposób. W każdym ze słuchowisk możemy jednak znaleźć punkty wspólne. Są nimi samotność osób starszych i miejsca, które kryją dźwiękowe ślady ich obecności. Mieszkania, które zapewne musieli pozostawić, aby udać się do domu opieki społecznej, by już nigdy stamtąd nie powrócić, pokój zmarłego lub umierającego w samotności człowieka – oto symbole tych, którzy odchodzą w milczeniu lub – przeciwnie – chcą wykrzyknąć światu manifest starości, nie godząc się jednocześnie na odrzucenie społeczne z powodu sędziwego wieku. Zbigniew Herbert w *Drugim pokoju* mówił ustami bohaterów dramatu, że lepiej jest umierać w domu:

ON: Człowiek wstydzi się śmierci. Wie, że będzie leżał na wznak z otwartymi ustami i wszystko będzie można z nim zrobić. Lepiej w domu.

ONA: Wszystko jedno⁷.

Analiza komparatystyczna omawianych utworów radiowych pozwala stwierdzić, że wspomniane motywy realizowane są w sposób przejawiający zarówno wysoką wrażliwość twórczą, jak i reżyserski kunszt Modestowicza. Typowymi dla reżysera środkami wyrazu stają się operowanie kontrapunktem ciszy i dźwięku, a także umiejętne budowanie emocji oraz kompozycji słuchowisk dzięki zastosowaniu elementu muzyki. Słuchowiska *Drugi pokój* oraz *Sprzątanie* łączą także postaci dynamicznych bohaterów, których cechy zostają ujawnione dzięki interesującej grze aktorskiej, będącej również w pewnej mierze realizacją pomysłu reżyserskiego. Odmienny jest natomiast sposób budowania „kuchni akustycznej” – od ascetycznej w przypadku *Drugiego pokoju*, poprzez umiarkowaną w utworze radiowym *Starość jest piękna*, po niezwykle bogatą w słuchowisku *Sprzątanie*.

⁷ Wszystkie cytowane w niniejszym artykule fragmenty słuchowisk pochodzą z odsłuchanych nagrań. Teksty zostały ujęte w formie, która – tam, gdzie jest to możliwe – odzwierciedla wygląd oryginalnego zapisu.

Bibliografia

- Bachura, Joanna (2012). *Odsłony wyobraźni. Współczesne słuchowisko radiowe*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Bachura, Joanna i Pawlik, Aleksandra (2011). Wtórna wizualność sztuki radiowej na przykładzie wybranych słuchowisk dramatycznych. W: Pleszkun-Olejniczakowa, Elżbieta, Bachura, Joanna i Pawlik, Aleksandra (red.). *Dwa Teatry. Studia z zakresu teorii i interpretacji sztuki słuchowiskowej*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 444–457.
- Bardijewska, Sława (1978). *Muza bez legendy. Szkice o dramaturgii radiowej*. Warszawa: Wydawnictwa Radia i Telewizji.
- Bardijewska, Sława (2011). *Nagie słowo. Rzecz o słuchowisku*. Warszawa: Elipsa.
- Drugi pokój*, (2022), [online]. Encyklopediateatru.pl. Dostęp: <https://encyklopediateatru.pl/przedstawienie/50441/drugi-pokoj> [14.01.2022].
- Gadamer, Hans-Georg (1993). *Aktualność piękna. Sztuka jako gra, symbol i święto*. Tłum. Krystyna Krzemieniowa. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Grass, Günter (1986). *Wiersze wybrane*. Tłum. Bolesław Fac. Gdańsk: Wydawnictwo Morskie.
- Kopciński, Jacek (2008). *Nasłuchiwanie. Sztuki na głosy Herberta*. Warszawa: Więź.
- Pawlik, Aleksandra (2011). Słuchowisko „Drugi pokój” Zbigniewa Herberta jako rodzaj adaptacji. W: Pleszkun-Olejniczakowa, Elżbieta, Bachura, Joanna i Pawlik, Aleksandra (red.). *Dwa Teatry. Studia z zakresu teorii i interpretacji sztuki słuchowiskowej*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 381–394.
- Piwińska, Marta (1998). Zbigniew Herbert i jego dramaty. W: Franaszek, Andrzej (red.). *Poznawanie Herberta*. Kraków: Wydawnictwo Literackie, 323–340.
- Pleszkun-Olejniczakowa, Elżbieta (2000). *Słuchowiska Polskiego Radia w okresie piętnastolecia 1925–1939*. Łódź: Biblioteka.
- Pleszkun-Olejniczakowa, Elżbieta (2011). Jak jest zrobione słuchowisko? O morfologii i znaczeniu, o kreacji i znaku. W: Pleszkun-Olejniczakowa, Elżbieta, Bachura, Joanna i Pawlik, Aleksandra (red.). *Dwa Teatry. Studia z zakresu teorii i interpretacji sztuki słuchowiskowej*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 59–140.
- Pleszkun-Olejniczakowa, Elżbieta (2012). *Muzy rzadko się do radia przyznają. Szkice o słuchowiskach i reportażach radiowych*. Łódź: Primum Verbum.
- Teatr Polskiego Radia*, (2010), [online]. Dziennikteatralny.pl. Dostęp: <http://www.dziennikteatralny.pl/teatr-pr/wszystkie,1,2010,1.html> [29.11.2021].
- Wieczór ze słuchowiskiem: Zbigniew Herbert „Drugi pokój”*, (2015), [online]. Polskieradio.pl. Dostęp: <http://www.polskieradio.pl/8/295/Artykul/214181,Wieczor-ze-sluchowiskiem-Zbigniew-Herbert-Drugi-pokoj> [28.11.2021].

Streszczenie

Celem niniejszego artykułu jest omówienie wybranych słuchowisk w reżyserii Waldemara Modestowicza, zaprezentowanie pogłębionej analizy oraz zaproponowanie interpretacji wymienionych utworów fonicznych. Zestawione zostają ze sobą trzy spektakle radiowe, które należą zarówno do grupy słuchowisk oryginalnych (*Drugi pokój* Zbigniewa Herberta i *Sprzątanie* Bartosza Wieczorka), jak i adaptacji (*Starość jest piękna* według tekstu argentyńskiej pisarki Esther Vilar).

Utwory radiowe, choć zostały zrealizowane na przestrzeni lat i powstały dzięki pracy twórczej różnych pisarzy, dotyczą podobnych tematów. Poruszają kwestie związane ze starością, samotnością, przemijaniem oraz śmiercią. Bohaterów owych słuchowisk odbiorca poznaje bezpośrednio, gdy ich głosy są obecne na scenie teatru radiowego lub, częściej, pośrednio poprzez relacje osób występujących w dziełach audialnych. Jednych bohaterów słuchacz poznaje lepiej, a innych jedynie w niewielkiej mierze, np. poprzez strzępy informacji i przedmioty, które po nich pozostały.

W słuchowisku *Drugi pokój* oraz *Sprzątanie* ważną rolę odgrywa także miejsce – pokój lub mieszkanie – zmarłej lokatorki lub lokatora. Miejsca te stają się znakami ich dawnej obecności, a także „azylami” i pomieszczeniami, w których dokonują żywota. Słuchowiska, choć zróżnicowane pod względem formy, bogactwa „kuchni akustycznej”, zastosowania i udziału muzyki w danym utworze radiowym czy kreacji aktorskiej, podejmują ważną tematykę oraz poruszają problemy uniwersalne.

**Themes of old age, passing and death
in the works of Waldemar Modestowicz based on the radio plays
Drugi pokój, *Starość jest piękna* and *Sprzątanie***

S u m m a r y

The aim of this article is to discuss selected radio dramas directed by Waldemar Modestowicz. I would also like to present an in-depth analysis and propose an interpretation of the selected radio plays. The analysis in the article focuses on a comparison of three radio dramas: *Drugi pokój* (written by Zbigniew Herbert especially for radio), *Sprzątanie* (also written especially for the radio – by Bartosz Wieczorek) and an adaptation of Esther Vilar's text called *Starość jest piękna*.

Despite the fact that these radio plays were created over many years, they touch upon similar themes. They deal with issues related to old age, loneliness, passing and death. The listener gets to know the heroes of these radio plays directly when their voices are present on the stage of the radio theatre or indirectly through the accounts of people appearing in radio plays. The recipient gets to know some heroes better and others only to a limited extent, for example, through scraps of information and objects that have remained after them.

The place – a room or a flat – of the deceased tenant or tenant also plays an important role in the radio plays *Drugi pokój* and *Sprzątanie*. These places become signs of their former presence, as well as refuges and rooms where they live. Radio plays, different in terms of form, sounds, music and acting, take up important topics and raise universal problems.

Recenzje i komunikaty

Urszula Doliwa

ORCID: 0000-0001-6946-7555

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Wydział Humanistyczny

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim ma 20 lat!

Journalism and Social Communication at the University of Warmia and Mazury is 20 years old!

Słowa kluczowe: dziennikarstwo, komunikacja społeczna, nauki o komunikacji społecznej i mediach, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski

Keywords: journalism, social communication, social communication and media studies, University of Warmia and Mazury

Dnia 1 października 2002 roku pierwsi studenci rozpoczęli kształcenie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim, zarówno na studiach stacjonarnych, jak i niestacjonarnych. W tym roku obchodzimy więc 20-lecie istnienia tego kierunku. Jubileusze mają tę zaletę, że są okazją do świętowania, ale także refleksji dotyczącej tego, co się przez te 20 lat udało zrealizować.

Przypomnijmy więc, że początkowo dziennikarstwa na UWM można się było uczyć tylko na studiach podyplomowych. W latach 1995–2002 zrealizowano wiele edycji dziennikarskich studiów w tym trybie, których absolwenci zasilają szeregi olsztyńskich dziennikarzy. Kształcenie w formule podyplomowej było też kontynuowane po uruchomieniu kierunku na poziomie licencjackim.

Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna został powołany dzięki staraniom prof. dr. hab. Andrzeja Staniszewskiego, który kierował Katedrą Literatury Współczesnej w strukturze Instytutu Filologii Polskiej. W jego tworzeniu prof. Staniszewskiemu pomagały wypromowane przez niego doktorantki,

obecnie zatrudnione na UWM na stanowisku profesora uczelni – dr hab. Anita Frankowiak i dr hab. Joanna Szydłowska. To one tworzyły pierwsze programy studiów. W dniu 30 listopada 2001 roku Senat UWM podjął decyzję o powołaniu nowego kierunku na Wydziale Humanistycznym. Nazwa prowadzonej przez prof. dr. hab. Andrzeja Staniszewskiego katedry została zmieniona na Katedrę Literatury Współczesnej i Dziennikarstwa. Rada Wydziału Humanistycznego Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego 21 maja 2002 roku postanowiła też, że katedra ta będzie odpowiedzialna organizacyjnie i dydaktycznie za prowadzenie kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Pierwsza rekrutacja na studia licencjackie odbyła się w 2002 roku. Kandydów było zdecydowanie więcej niż dostępnych miejsc. Co prawda już kilka lat wcześniej uruchomiono studia dziennikarskie na Uniwersytecie Warszawskim, Uniwersytecie Jagiellońskim czy Uniwersytecie Wrocławskim, jednak warto podkreślić, że Uniwersytetowi Warmińsko-Mazurskiemu udało się wyprzedzić np. Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej (2003), Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (2008) czy Uniwersytet Śląski (2012)¹. Trzy lata później, w grudniu 2005 roku, w ofercie rekrutacyjnej UWM pojawiło się też dziennikarstwo i komunikacja społeczna na poziomie magisterskim. Pierwsza rekrutacja na II stopień studiów odbyła się w lipcu 2006 roku.

Powstanie kierunku wyprzedziło więc powstanie Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, który zaczął oficjalnie działać 1 stycznia 2005 roku. Funkcję dyrektora Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej powierzono prof. dr. hab. Andrzejowi Staniszewskiemu. Po jego przejściu na emeryturę stanowisko to objęła w październiku 2018 roku dr hab. Mariola Marczak, prof. UWM. Od października 2019 roku dyrektorem Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej jest dr hab. Urszula Doliwa, prof. UWM. Warto podkreślić, że w kilkunastoletniej historii Instytutu dyrektorzy byli aktywnie wspierani przez swoich zastępców. Funkcję tę pełniły kolejno: dr hab. Anita Frankowiak, prof. UWM, obecna dyrektor Instytutu dr hab. Urszula Doliwa, prof. UWM oraz dr Magdalena Żmijkowska.

W tym samym roku, w którym powstał Instytut, powołano do życia czasopismo redagowane przez pracowników Instytutu „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, które dołączyło do bardzo nielicznego wówczas grona czasopism medioznawczych. Ukazywało się ono najpierw jako rocznik (2005–2013), potem kwartalnik (2014–2020), a od roku 2021 ponownie jako rocznik. Redaktorami naczelnymi byli prof. dr hab. Andrzej Staniszewski (do roku 2018), a następnie dr hab. Mariola Marczak, prof. UWM. Od 2021 roku czasopismem opiekuje się prof. dr hab. Marzena Świgoń. Pierwszym sekretarzem redakcji była dr hab. Bernadetta Darska, prof. UWM. Funkcję tę pełnili także dr Miłosz Babecki, dr hab. Urszula Doliwa, prof. UWM i dr Marta Więckiewicz-Archacka. Czasopismo jest rozpoznawalnym periodykiem naukowym, stale obecnym

¹ A. Stępińska i in., *Studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej w Polsce. Motywacje, oczekiwania i plany zawodowe*, „Studia Medioznawcze” 2017, nr 1, s. 11–24.

na ministerialnych listach czasopism punktowanych, w którym publikowane są artykuły zarówno polskich naukowców, jak i tych z zagranicznych ośrodków.

Międzynarodowy charakter ma również kierowane przez pracownika Instytutu – prof. dr. hab. Aleksandra Kiklewicza – czasopismo „Przegląd Wschodnioeuropejski”, które jest afiliowane przy Centrum Europy Wschodniej UWM.

W długoletniej działalności Instytutu nie zabrakło cennych inicjatyw. Jego pracownicy byli organizatorami licznych konferencji i serii interesujących spotkań, takich jak np. „Kortowskie spotkania z literaturą” czy „Popołudniówki medialne”. Pracownicy Instytutu, pod kierownictwem dr Magdaleny Żmijkowskiej, organizują także etap okręgowy Olimpiady Wiedzy o Mediach.

Od 2014 roku na antenie Radia UWM FM nadawana jest audycja radiowa dr hab. Urszuli Doliwy, prof. UWM i dr Marty Więckiewicz-Archackiej *Mediofon*. Od 2019 roku Radiowe Koło Naukowe „Eter” zaprasza z kolei do słuchania audycji *Recepta na Reportaż*. Jest ona realizowana pod opieką dr Magdaleny Szydłowskiej. Doktorantka mgr Marta Wiśniewska od 2018 roku przygotowuje *Kortowską Audycję Literacką*. Wszystkich byłych i obecnych audycji prowadzonych przez pracowników i studentów naszej jednostki na antenie Radia UWM FM nie sposób wymienić, jest ich zbyt wiele. Podobnie jest w przypadku publikacji w „Wiadomościach Uniwersyteckich”. Warto jednak wspomnieć, że stałymi felietonistami „Wiadomości Uniwersyteckich” są obecnie dr hab. Bernadetta Darska, prof. UWM, dr Marta Więckiewicz-Archacka i dr Szymon Żyliński.

Obecnie w Instytucie działają trzy koła naukowe: Radiowe Koło Naukowe „Eter”, którym opiekuje się dr Magdalena Szydłowska, Studenckie Koło Telewizyjne „Zoom”, pod opieką dr Magdaleny Golińskiej-Konecko, i Studenckie Koło Medioznawcze „UWMedialni”, pod opieką dr Dominiki Myślak i dr Martyny Siudak. Mają one na koncie wiele sukcesów naukowych i pozanaukowych. Studenci we współpracy z wykładowcami publikują artykuły naukowe i tworzą materiały dziennikarskie, które spotykają się z uznaniem i zainteresowaniem szerszej publiczności. Świadczą o tym zdobywane wyróżnienia, np. nagroda w międzynarodowym konkursie na film „Media against hate” organizowanym przez Europejską Federację Dziennikarzy w 2018 roku czy nagroda za audycję radiową na II Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej Rozgłośni Studenckich „Radioucze(L)ni” w Gdańsku w 2018 roku.

W Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej pracuje obecnie 27 osób (w tym 12 na stanowisku profesora lub profesora uczelni i 13 na stanowisku adiunkta oraz dwóch pracowników administracyjnych) skupionych w trzech katedrach: Katedrze Badań Mediów (kierowanej przez prof. dr hab. Marzenę Świgoń), Katedrze Dziennikarstwa (kierowanej przez dr hab. Urszulę Doliwę) i Katedrze Komunikacji Społecznej (kierowanej przez prof. dr. hab. Aleksandra Kiklewicza). Jest to stosunkowo młody i prężnie działający zespół, który stale stara się podnosić swoje kompetencje – świat mediów ulega bowiem szybkim przeobrażeniom. Instytut jest znaczącym ośrodkiem dydaktycznym, ale też badawczym. Dyscyplinę nauki o komunikacji społecznej i mediach reprezentuje na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim 28 osób. Środowisko

posiada swojego przedstawiciela w Komitecie Problemowym Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach Polskiej Akademii Nauk – jest nim dr hab. Urszula Doliwa, prof. UWM, a także w Komitecie Naukoznawstwa Polskiej Akademii Nauk, którego członkinią jest prof. dr hab. Marzena Świgoń.

Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest realizowany na UWM w ramach pierwszego i drugiego stopnia kształcenia. Do dyspozycji studentów są następujące zakresy kształcenia: dokumentalistyka i nowe media (studia I stopnia) oraz dziennikarstwo radiowo-telewizyjne i komunikacja wizerunkowa (studia II stopnia). Ważną rolę w podnoszeniu jakości kształcenia odgrywa profesjonalne studio radiowe i telewizyjne oraz pracownia postprodukcyjna, otwarta w 2016 roku. Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna stale znajduje się w czołówce najchętniej wybieranych na UWM.

W ciągu 20 lat istnienia kierunku udało się dużo osiągnąć, wiele planów zostało z powodzeniem zrealizowanych. Wciąż jednak jest do czego dążyć. Programy kształcenia wymagają stałego dostosowywania do potrzeb rynku i szybko zmieniającego się świata mediów, co wymaga stałego dokształcania się kadry akademickiej i przyjmowania do pracy nowych specjalistów, głównie tych z zakresu nowych technologii i mediów cyfrowych. Nauki o komunikacji społecznej i mediach to stosunkowo nowa dyscyplina, w ramach której prowadzone jest kształcenie dziennikarskie i w której rozwoju Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej chce odgrywać istotną rolę – m.in. poprzez rozwój młodej kadry akademickiej. Mamy więc nadzieję, że do posiadanych już uprawnień w zakresie nadawania stopnia licencjata i magistra dołączą wkrótce uprawnienia do nadawania stopnia doktora i doktora habilitowanego w tej dyscyplinie.

Marzena Świgoń

ORCID: 0000-0003-3600-8349

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Wydział Humanistyczny

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Studia podyplomowe Bibliotekoznawstwa i informacji naukowej na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie – geneza i aktualna oferta

Postgraduate studies in Library and Information Science at the University of Warmia and Mazury in Olsztyn – origins and current offer

Słowa kluczowe: bibliotekoznawstwo, informacja naukowa, bibliologia, informatologia, kształcenie, studia podyplomowe, nauki o komunikacji społecznej i mediach

Keywords: library studies, information science, library and information science, education, postgraduate studies, communication and media

Studia podyplomowe Bibliotekoznawstwa i informacji naukowej (BiIN) są realizowane na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.

Powołane zostały Uchwałą Senatu Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Olsztynie z dnia 28 lutego 1995 roku. Pierwsza edycja BiIN odbyła się w roku akademickim 1995/1996. Od 1999 roku są one prowadzone na Wydziale Humanistycznym UWM – najpierw w Zakładzie Bibliotekoznawstwa i Informacji Naukowej, następnie w Instytucie Historii i Stosunków Międzynarodowych, a od 2018 roku w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej.

W dotychczasowych dwudziestu dwóch edycjach studiów podyplomowych BiIN uczestniczyło 905 słuchaczek i słuchaczy.

Założycielką i pierwszym kierownikiem studiów BiIN była dr Kordula Szczechura (od pierwszej do dziesiątej edycji), następnie funkcję tę pełnili świętej pamięci: dr Irena Pereszczako (od jedenastej do szesnastej edycji, z przerwą) oraz

prof. dr hab. Bohdan Łukaszewicz (siedemnasta edycja). Od 2014 roku, a także wcześniej w latach 2007–2008, studiami opiekuje się prof. dr hab. Marzena Świgoń (jedenasta edycja oraz od osiemnastej do dwudziestej drugiej). Pięć ostatnich edycji zarchiwizowano na Facebooku: <https://www.facebook.com/inib.uwm>.

Program studiów BiIN był na przestrzeni tych kilkadziesiąt lat wielokrotnie zmieniany oraz dostosowywany do potrzeb i trendów w kształceniu bibliotekarzy i profesjonalistów informacji.

Aktualny program tych studiów podyplomowych ustalony został Uchwałą nr 464 Senatu Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie z dnia 29 marca 2019 roku. W praktyce obowiązuje od dwudziestej drugiej edycji studiów, która odbyła się w roku akademickim 2019/2020. Program ten obejmuje zagadnienia nowoczesnego bibliotekarstwa, infobrokerstwa, medioznawstwa, marketingu i promocji, edukacji medialnej oraz zarządzania informacją i wiedzą. Zajęcia prowadzą teoretycy i praktycy, tj. adiunkci i profesorowie z Wydziału Humanistycznego UWM, a także bibliotekarze z Biblioteki Uniwersyteckiej.

Olsztyńskie studia BiIN mają charakter kwalifikacyjny, przygotowują do pracy w różnych typach ośrodków informacji i bibliotek – naukowych, publicznych i specjalistycznych. Nie dają wprawdzie uprawnień nauczycielskich, ale często ich słuchaczami są właśnie nauczyciele, którzy chcą zdobyć uprawnienia do pracy w bibliotekach szkolnych.

Zajęcia realizowane są podczas dwudniowych zjazdów (soboty i niedziele, w godz. 8:00–14:45), dwa razy w miesiącu. W zależności od sytuacji epidemicznej zajęcia mogą być prowadzone w formie zdalnej lub hybrydowej. Do zajęć zdalnych wykorzystywana jest platforma Google Meet, natomiast zajęcia praktyczne odbywają się w gmachu Biblioteki Uniwersyteckiej UWM.

Studia kończą się zaliczeniami z oceną ze wszystkich przedmiotów, na świadectwie podawana jest średnia ze wszystkich ocen.

Wykaz przedmiotów (od dwudziestej drugiej edycji BiIN):

- Archiwizacja i digitalizacja dokumentów (10 godzin)
- Bibliotekarstwo praktyczne i użytkownicy bibliotek (20 godzin)
- Biblioteki szkolne i publiczne (20 godzin)
- Edukacja regionalna (10 godzin)
- Historia książki i bibliotek (10 godzin)
- Komunikacja interpersonalna (15 godzin)
- Media społecznościowe i marketing biblioteczny (20 godzin)
- Nauka o informacji, komunikacji i zarządzanie wiedzą (15 godzin)
- Nowe media w edukacji (15 godzin)
- Nurty w nauce i kulturze XX i XXI wieku (15 godzin)
- Wstęp do medioznawstwa (15 godzin)
- Źródła informacji naukowej i technicznej (15 godzin).

Studia podyplomowe Bibliotekoznawstwa i informacji naukowej trwają 2 semestry, obejmują łącznie 180 godzin zajęć, tzn. wykładów i ćwiczeń (30 pkt. ECTS).

Rekrutacja na studia odbywa się w systemie Internetowej Rejestracji Kandydatów – IRK UWM. Dwudziesta trzecia edycja studiów BiIN zaplanowana jest na rok akademicki 2022/2023.

Martyna Siudak

ORCID: 0000-0002-5274-674X

Institut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

O technologii, która może przejąć nad nami kontrolę

About technology that can take control of us

Rec.: Hatałska, Natalia (2021). *Wiek paradoksów. Czy technologia nas ocali*. Kraków: Wydawnictwo Znak, ss. 351.

Słowa kluczowe: media, nowe technologie, firmy BigTech, media społecznościowe, Google, Facebook, społeczeństwo informacyjne

Keywords: media, new technologies, BigTech, social media, Google, Facebook, information society

*Wystarczająco zaawansowana technologia nie różni się od magii*¹
Arthur C. Clarke

W 2020 roku na festiwalu w Sundance swoją premierą miał film pt. *Dylemat społeczny*². To jeden z najgłośniejszych dokumentów ostatnich lat, który nominowano aż do siedmiu nagród Emmy. Twórcy filmu pokazują świat mediów społecznościowych jako narzędzi, dzięki którym zaszły pewne zmiany systemowe. Nie omijają przy tym kwestii niezamierzonych zastosowań tych mediów. Wśród nich wymieniają *fake newsy*, internetowe lincze, zagrożoną demokrację, polaryzację polityczną czy depresję u nastolatków. Reżyser filmu (Jeff Orlowski) zadbał o to, by wiadomości prezentowane w materiale były merytoryczne: występują tam naukowcy, m.in. Cathy O’Neil (zajmuje się badaniem danych) czy Jaron Lanier (filozof informatyki). Do tego dochodzą głosy pracowników firm: choćby Google’a, Facebooka, Pinteresta czy Twittera. Wszyscy zgadzają

¹ Autorstwo cytatu przypisuje się pisarzowi *science fiction* Arthurowi C. Clarkowi.

² *Dylemat społeczny* (ang. *The Social Dillema*), USA, 2020, reż. Jeff Orlowski. Zob. <https://www.filmweb.pl/film/Dylemat+spo%C5%82eczny-2020-859586> [20.11.2021].

się z tym, że *social media* posiadają własne cele i sposoby ich osiągania, także te wpływające na psychikę ich użytkowników. Formułują nawet pojęcie „kapitalizmu nadzoru”, który polega na czerpaniu zysków z obserwacji zachowań ludzi przez wielkie firmy, których model biznesowy opiera się na reklamach. Chodzi o to, by utrzymać użytkowników przy ekranach, przy okazji zdobywając o nich różne informacje. Rynek ten nie bez powodu nazywany jest rynkiem obrotu ludzką przyszłością.

Między innymi do analizy trendów i tego, co może zdarzyć się w przyszłości, także w kontekście technologii, został powołany Instytut badań nad przyszłością (Infuture.Institute). Jak pisze jego założycielka i prezeska Natalia Hatałska – „(...) dziś to interdyscyplinarny zespół antropologów, socjologów i psychologów, który prowadzi badania z wielu obszarów – poczynając od branży FMCG³, przez branżę farmaceutyczną i medyczną, a na przemyśle kończąc⁴. Hatałska, którą magazyn „Financial Times” umieścił na liście New Europe 100, czyli stu osób z Europy Środkowo-Wschodniej, które zmieniają społeczeństwo, politykę i biznes, prezentując nowe podejście do najważniejszych problemów, stwierdziła w jednym z wywiadów prasowych, że „aż 70 proc. ludzi nie wie, że żyje w zamkniętych bańkach, że to, co widzą, nie jest obiektywną rzeczywistością, tylko wizją przygotowaną im przez algorytmy” (Sadurski, 2021, s. 61). Jeszcze więcej rozważań nad obecnym światem badaczka zawiera w swojej najnowszej książce pt. *Wiek paradoksów. Czy technologia nas ocali*.

Tytułowe paradoksy nie są wcale przesadzone. Hatałska przedstawia różne dowody na to, że współczesny świat jest pełen przeciwności. Przykładowo, docierają do nas oferty urzędów pozwalających zaoszczędzić czas, ale jednocześnie (nawet je wykorzystując) cierpimy na brak czasu; notujemy niezaprzeczalny postęp społeczny, ale wciąż zauważalne są niewspółmierne do niego nierówności między różnymi grupami społecznymi. Do tego dochodzi teza o najbardziej połączonym społeczeństwie, które mimo wszystko jest najbardziej samotne. Już we wstępie Hatałska zaznacza, że żyjemy dziś w świecie algorytmów. Prezeska Infuture.Institute pisze: „(...) Netflix mówi nam, jakie filmy mamy oglądać, Spotify, jakiej muzyki słuchać, Amazon, jakie książki zamawiać, Facebook, jakie wiadomości czytać. Każdy z tych graczy zawęża nasze pole widzenia, pokazując nam tylko to, co zgodnie z algorytmem mogłoby się nam podobać, bo podobało się nam wcześniej, wrzuca nas w bańkę, która wyklucza spojrzenie z innej perspektywy” (Hatałska, 2021, s. 18). Przez takie działania użytkownicy mediów przestają dostrzegać różnorodność świata, zwiększa się i tak wszechobecna polaryzacja oraz kontrola innych nad tym, co osoby użytkujące różne oprogramowania myślą. W opinii Hatałskiej w całej tej sytuacji kluczowa jest świadomość tego, jak otaczający nas świat działa. Nie będzie przesadzonym stwierdzenie, że siedem rozdziałów, z których zasadniczo składa się *Wiek paradoksów...*, służy temu, by tę świadomość przynajmniej w konkretnym

³ FMCG to skrót od ang. *Fast Moving Consumer Goods*. Określenie to odnosi się do produktów nazywanych dobrami szybkozbywalnymi. Zalicza się do nich produkty pierwszej potrzeby, a więc żywność, środki higieniczne, a także leki dostępne bez recepty.

⁴ Por. <https://infuture.institute/o-nas/> [19.11.2021].

czytelniku rozbudzić. Co warto wspomnieć, rozdziały te można czytać całościowo lub sięgać do nich jednostkowo – jako zapisu poszczególnych wątków i historii.

W pierwszej części książki pt. *Technologia jako forma życia* autorka opisuje trzy główne okresy relacji z technologią, które przechodzi każdy z nas: od momentu pewnego rodzaju uwielbienia do czasu zdania sobie sprawy z mechanizmów jej działania. Hatałska podkreśla, że technologia *high-tech* nigdy nie jest skończona, stale ewoluuje, co można zobrazować prostym przykładem smartfonu, który zmienia się z każdą aktualizacją. Choć sama wierzy, że technologia pcha nas jako społeczeństwo w dobrym kierunku, to jednocześnie uważa, że jest to siła, która realizuje własne cele, niekoniecznie zbieżne z tym, czego pragną ludzie. Nie ukrywa też, że technologia będzie się rozwijać bez względu na podejmowane przez nas działania, a wielcy gracze technologiczni w swoich działaniach w zasadzie w ogóle nie uwzględniają dobra społeczeństwa, lecz traktują je jako „zalgorytmizowany produkt, na którym można zarabiać” (Hatałska, 2021, s. 50).

Następny rozdział pt. *Świat lustrzany* opowiada o krainie, do której dążymy: świecie, w którym każdy przedmiot z realnego świata będzie mieć swojego bliźniaka w świecie wirtualnym. Autorka książki przyznaje, że już dzisiaj trudno wskazać, gdzie kończy się świat cyfrowy, a zaczyna fizyczny. Opowiada też o rosnącym trendzie przenoszenia zmysłów do świata cyfrowego (tzw. internet zmysłów). Okazuje się, że na świecie istnieją placówki badawcze zajmujące się takimi eksperymentami (przykład prof. Adriana Cheoka, dyrektora laboratorium Mixed Reality na uniwersytecie w Singapurze, którego zespół stworzył urządzenie, za pomocą którego można się zdalnie całować). Hatałska nie ma wątpliwości co do tego, że sterują nami spółki technologiczne, a rozwój technologiczny sprawia, że nasza codzienność stale się komplikuje. W tym miejscu wymienia brak prywatności, kwestie inwigilacji czy wpływania na nasze decyzje, kontrolowanie. Ostatnią kwestię podpira głośnym skandalem związanym ze spółką Cambridge Analytica i danymi użytkowników sieci społecznościowych wykorzystanymi w kampanii prezydenckiej Donalda Trumpa.

Kolejna część książki rozpoczyna się osobistymi wspomnieniami autorki z wyprawy na Spitsbergen. W rozdziale *Osamotnieni w świecie nieograniczonych kontaktów* Hatałska przede wszystkim kreśli różnice w byciu samotnym a osamotnionym, wskazując na to, że wiele osób cierpi dziś na brak bliskich relacji z drugim człowiekiem i nie są to jedynie osoby starsze, jak się powszechnie sądzi. Do tego okazuje się, że im bardziej samotne społeczeństwo, tym bardziej konsumpcyjne i spolaryzowane: nie ma tu miejsca na myślenie o dobru ogółu, każdy zainteresowany jest tylko własnym „ja”. Badaczka przywołuje wyniki badań dotyczących spadku empatii w społeczeństwie, co razem z wszechobecną anonimowością w sieci ma wpływ na to, że mimo postępu technologicznego jakość naszego życia spada. Ciekawym wątkiem poruszonym w tej części książki jest temat robotów społecznych i niepokojące delegowanie ich do zaspokajania potrzeb społeczno-emocjonalnych, których nigdy przecież nie będą w stanie zaspokoić.

Sporo miejsca w czwartym rozdziale książki (*Niedoinformowani w świecie nadmiaru informacji*) Hatałska poświęca pandemii koronawirusa. Przypomina nawet, że szef Światowej Organizacji Zdrowia Tedros Adhanom Ghebreyesus

nazwał ją infodemią, ponieważ w świecie online również trwała epidemia i to równie niebezpieczna. Chodzi oczywiście o zbyt dużą liczbę nieprawdziwych informacji, *fake newsów* i panującą dezinformację. Społeczeństwem podzielonym między różne teorie oczywiście łatwiej się manipuluje. Badaczka trendów przestrzega, że „(...) w internecie działają grupy osób oraz organizacje, których celem jest świadome wprowadzenie w błąd, podżeganie do nienawiści, wywoływanie niepokoju, a w konsekwencji doprowadzanie do zamieszek, destabilizacji, dezorientacji i chaosu w danym społeczeństwie dla osiągnięcia własnych korzyści” (Hatałska, 2021, s. 157). Co istotne, prognozy na przyszłość w tej kwestii są raczej mało optymistyczne: nieprawdziwych informacji będzie coraz więcej i coraz ciężiej będzie je zidentyfikować. Czas najwyższy więc wdrożyć edukację, przynajmniej jakieś podstawy, w kontekście odróżniania informacji prawdziwych od tych wymyślonych.

Zagrożeni w świecie cyberbezpieczeństwa to piąty rozdział książki *Wiek paradoksów*. W tej części autorka rysuje przyszłość, opisując zagadnienie internetu bionanorzeczy. To sytuacja, kiedy w całość zostaną połączone trzy systemy: fizyczny, cyfrowy i biologiczny. Hatałska zaznacza, że np. Facebook już sponsoruje badania nad rozwiązaniami pozwalającymi w czasie rzeczywistym odczytywać myśli i zamieniać je na słowa, które nie zostały faktycznie wypowiedziane. Choć zapiski te brzmią jak rodem z filmu *science fiction*, nie ma powodów ku temu, by nie wierzyć autorce, że giganci technologiczni dążą do tego, aby za pomocą myśli komunikować się ze smartfonem czy innym urządzeniem. Dostęp do danych dotyczących aktywności mózgu uruchamia w tej materii kwestię neuropraw dla człowieka. Co ważne, obecnie kilka państw na świecie zastanawia się, które z neuropraw powinny zostać wdrożone. Pewne jest to, że nie da się uciec przed postępem technologicznym. Oczywiście bywały już sytuacje, że po prostu wyłączano internet, by np. utrudnić społeczeństwu komunikację podczas protestów. Są to bez wątpienia represje cyfrowe, którym Hatałska także poświęca uwagę. Na szczęście istnieją jednostki zajmujące się stałym monitorowaniem zakłóceń dostępu do sieci spowodowanych cenzurą i ograniczaniem praw człowieka (np. NetBlocks i Internet Shutdown Observatory). Ponadto – jak donosi Hatałska – obecnie trwają próby dostarczania internetu z powietrza, czyli za pomocą satelitów. Daje to jakąś nadzieję, że 40% globalnej populacji, która wciąż nie ma dostępu do sieci – nie będzie w końcu wykluczona.

Przedostatni rozdział pt. *Biologiczni, ale zrodzeni z technologii* koncentruje się wokół zaawansowanych technologicznie istot, które autorka nazywa postludźmi czy robo sapiens. Jak sama pisze: „(...) jesteśmy świadkami przełomowego momentu, w którym to co biologiczne łączy się z tym co syntetyczne” (Hatałska, 2021, s. 230). Rozdział ten nie jest poświęcony jedynie tematom takim jak choćby *in vitro*. Autorka idzie dalej – zastanawia się nad udoskonalaniem ludzi i przeprowadzaniem takich modyfikacji, które pozwalają np. uodparniać na niektóre choroby. W tym celu przywołuje m.in. badania George’a Churcha, który odpowiada za opracowanie listy genów, które pomogłyby stworzyć ludzi lepiej przystosowanych do życia na innych planetach. W trakcie lektury okazuje się, że „cyborgizacja człowieka”, połączenie go z maszyną, nie jest sprawą wielce

odległą. Jednak – jak w przypadku wielu spraw dotyczących technologii – chodzi o kwestie moralne czy etyczne. Temu zagadnieniu Hatałska poświęca najwięcej uwagi w ostatniej części książki (*Bez technologii w świecie zdominowanym przez technologie*), twierdząc jednocześnie, że próba przewidzenia skutków wdrażania poszczególnych technologii jest trudna. Tutaj lekarstwem wydaje się jedynie edukacja, która – jak zaznacza autorka – w każdym aspekcie naszego życia jest największym gwarantem jego jakości. Hatałska przy okazji przedstawia różne filozofie zakładające ograniczenia negatywnego wpływu technologii na nasze życie. Wiele uwagi poświęca m.in. społeczności amiszów, którzy prezentują odmienną wizję postępu technologicznego. Autorka zachęca do tego, by idąc ich śladem, uczyć się odróżniać to, co w rozwoju technologicznym jest dobre, od tego, co jest w nim złe (Hatałska, 2021, s. 311). Przypomina przy okazji, że przyszłość można zmienić, ale każdą zmianę należy zaczynać od siebie.

Tym, co czytelnik na pewno doceni, są osobiste doświadczenia autorki wplecione w poszczególne rozdziały publikacji. Hatałska odwołuje się do własnych doświadczeń, m.in. głośnego eksperymentu dotyczącego rezygnacji z korzystania ze smartfona, wykorzystywania technologii towarzyszących (np. Alexy) czy opisu innych używanych przez siebie przedmiotów z zakresu internetu rzeczy. To, co również zwraca uwagę, to podpieranie się licznymi badaniami naukowymi. W niektórych miejscach są to badania realizowane przez Infuture.Institute, w innych – głosy ekspertów zarejestrowane przez lata tworzenia przyszłościowych analiz. Wiele ciekawych informacji można znaleźć w rozbudowanych przypisach, gdzie w głównej mierze autorka zawarła dygresje i rozszerzenie wątków, na które nie starczyło miejsca w tekście głównym. Ciekawą formą przybliżenia czytelnikom swojego punktu widzenia jest także zestaw „książek do dalszych przemyśleń”, gdzie Hatałska prezentuje wykaz publikacji, które wpłynęły na jej myślenie o technologii, są dla niej inspirujące i ważne. Do tego autorka na każdym kroku zachęca do dyskusji, pisze np.: „bardzo chciałabym, aby można było czytać tę książkę i jednocześnie ze mną dyskutować. (...) Jestem dostępna na blogu i na swoich profilach w mediach społecznościowych. Z przyjemnością będę rozmawiać” (Hatałska, 2021, s. 27). Te zdania nie są pustym frazesem, ponieważ rzeczywiście we wspomnianych mediach autorka dyskutuje z użytkownikami, udostępnia liczne recenzje i zapytania w temacie książki. Wydaje się, że jej życzenie odnośnie do wzbudzania większej potrzeby kwestionowania tego, co wokół nas, spełnia się z każdym kolejnym przeczytanym egzemplarzem *Wiek paradoksów*.

Bibliografia

- Hatałska, Natalia (2021). *Wiek paradoksów. Czy technologia nas ocali*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
Infuture.Institute, [online]. Dostęp: <https://infuture.institute/o-nas> [20.11.2021].
Sadurski, Konrad (2021). Rządzą nami algorytmy, *Newsweek*, 31, 61–63.

Autorzy

Authors

PhD **Zeljka Bagaric** – holds a PhD degree in Information and Communication Sciences, and M.A. degree in Education and Rehabilitation Sciences, both from University of Zagreb, Croatia. She is Assistant Professor for Communication sciences at Communicology, Media and Journalism Department and Public Relations Department at State University North, where she teaches and conducts research. The study topics ranging from transmedia literacy and social inclusion to penal rehabilitation and art therapy. She is also designer and project leader of number of EU projects (Ongoing project of University “North” UP.02.1.1.10.0036 “eRadio for second chance” is funded by European union within European Social Fond).

Dr **Karolina Burno-Kaliszuk** – adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa Instytutu Nauk o Komunikowaniu Społecznym i Mediach Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Zainteresowania badawcze: dziennikarstwo sieciowe, dziennikarstwo plotkarskie, hybrydyzacja gatunków dziennikarskich, polska blogosfera. Autorka monografii: *Blog jako nowa forma komunikowania politycznego. Na przykładzie blogów polityków Platformy Obywatelskiej (2004–2010)* (2013) oraz *We władzy blogów. Blogosfera ogólnopolskich tygodników opinii (2006–2015)* (2019).

Dr hab. **Urszula Doliwa**, prof. UWM – dyrektorka Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej oraz przewodnicząca Rady Naukowej Dyscypliny Nauki o Komunikacji Społecznej i Mediach Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego. Od 2021 r. jest członkiem Komitetu Problemowego Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach PAN. W latach 2014–2019 była sekretarzem, a w latach 2018–2020 pełniła funkcję wiceprezesa Community Media Forum Europe. Od 2011 r. jest członkiem redakcji czasopisma „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”. Autorka książek: *Radio studenckie w Polsce* (2008), *Radio społeczne – trzeci obok publicznego i komercyjnego sektor radiowy* (2016), *Pirate Waves: Polish Private Radio Broadcasting in the Period of Transformation 1989–1995* (2022).

Prof. dr hab. **Ewa Głowacka** – pracuje w Katedrze Badań Przestrzeni Informacyjnej w Instytucie Badań Informatyki i Komunikacji Uniwersytetu

Mikołaja Kopernika w Toruniu. Jej zainteresowania badawcze to: architektura informacji, kompetencje informacyjne i medialne, komunikacja naukowa w naukach społecznych, ekologia informacji, zarządzanie jakością w systemach informacyjnych.

Dr Maria Hołubowicz – specjalista w dziedzinie nauk o informacji i komunikacji na Uniwersytecie w Grenoble Alpes (Francja) oraz członek laboratorium GRESEC (Grupa badawcza ds. komunikacji). W latach 2009–2021 wchodziła w skład Terytorialnego Komitetu Audiowizualnego w Lyonie, który jest regionalnym organem francuskiego regulatora mediów audiowizualnych. Jej zainteresowania badawcze dotyczą głównie następujących tematów: praktyki dziennikarskie, dyskurs medialny, medialne i dziennikarskie mutacje w kontekście krajowym i międzynarodowym, przemiany mediów w Europie Środkowo-Wschodniej, lokalne rozgłoszenie radiowe, regulacja mediów audiowizualnych.

Dr hab. Małgorzata Kisilowska-Szurmińska, prof. UW – pracuje na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Jej zainteresowania badawcze obejmują kompetencje informacyjne, czytelnictwo i recepcję mediów, komunikację naukową.

Tanja Kostanjevac – finished her high school education in Čakovec, Croatia. She acquired the academic title of univ. bacc. in journalism (EQF 6) at the State University North in September 2021. She is currently a graduate student in Communicology, Media and Journalism Department at the State University North in Koprivnica, Croatia.

Dr Piotr Małczyński – absolwent Uniwersytetu Wrocławskiego (Wydział Nauk Historycznych i Pedagogicznych, Katedra Etnologii i Antropologii Kulturowej). Pracownik Instytutu Nauk o Polityce i Administracji Uniwersytetu Zielonogórskiego. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się przede wszystkim wokół problematyki „rasy”, nacjonalizmu, etniczności oraz zjawisk kulturowych związanych z piłką nożną.

Tomasz Poborca – student filmoznawstwa na Uniwersytecie Łódzkim, absolwent logistyki na Politechnice Łódzkiej oraz członek Koła Naukowego Filmoznawców UŁ. Koordynator studenckiego projektu podcastowego „Koło Kina” i prowadzący audycję poświęconą wczesnej twórczości Jean-Luca Godarda. Jego ostatnie inicjatywy naukowe koncentrowały się na filmowych eksperymentach letrystów, adaptacjach japońskiej literatury oraz recepcji maoistowskiej działalności Grupy Dżiga Wiertow w prasie PRL-u. Publikował w „Studiach Filmoznawczych” oraz występował na międzynarodowym sympozjum naukowym podczas festiwalu goEast w Wiesbaden.

PhD **Gabriella Rácsok** – studied theology at the Sárospatak Reformed Theological Academy, Hungary (1991–1996) and at Calvin Theological Seminary (Grand Rapids, Michigan, 1998–2000). She holds an MA in English language and literature from the Debrecen University, Hungary. She earned her PhD at the Debrecen Reformed Theological University in 2013 on the subject of theology and film. She is an ordained minister of the Reformed Church in Hungary. At present she is an associate professor of the Sárospatak Reformed Theological Academy. Besides teaching theological ethics, she also teaches film seminars (on Bergman, Kieslowski, Jesus-films, Christ-films). She was a member of the Ecumenical Jury in Miskolc 2018 and in Locarno 2019.

Dr **Urszula Sawicka** – kulturoznawczyni, doktor nauk humanistycznych w dyscyplinie nauk o kulturze i religii. Od 2019 r. wykładowczyni w Instytucie Językoznawstwa na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Opolskiego. Autorka artykułów naukowych oraz rozdziałów w monografiach poświęconych m.in. tematyce mediów (głównie sferze internetu), baśni oraz kreskówek. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół problematyki ciała i płci w kulturze, mediów, kreskówek oraz filmów animowanych.

Dr hab. **Tatyana Shevyakova** – doctor of philology, dr. habil. in human sciences. Professor of Higher Education Department, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Kazakhstan, Almaty.

Dr **Martyna Siudak** – doktor nauk o komunikacji społecznej i mediach, medioznawca, adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie; dziennikarka „Gazety Wyborczej” w Olsztynie. Jej zainteresowania naukowe dotyczą nauki o mediach, w tym zagadnień związanych ze społecznymi aspektami nowych mediów czy komunikacją polityczną w nowych mediach, szczególnie z uwzględnieniem serwisu Twitter. Współautorka książki *Media – dziennikarze – odbiorcy. Wybrane zagadnienia z problematyki mediów społecznościowych* (2017) oraz współredaktorka i współautorka monografii pt. *Sieć: komunikacja, obecność, konsumpcja. Od teorii do pragmatyki użytkowania* (2016).

Mgr **Daniel Sołtysiak** – doktorant w Szkole Doktorskiej Nauk Humanistycznych Uniwersytetu Łódzkiego; członek Stowarzyszenia Działań Artystycznych „GALERIA OFF”; kurator inicjatyw artystycznych; koordynator Międzynarodowego Festiwalu Sztuki „INTERAKCJE”; realizator grantu w V edycji programu Studenckich Grantów Badawczych Uniwersytetu Łódzkiego, projekt: „Medialaby w Polsce. Nowe laboratoria humanistyki cyfrowej”. Zainteresowania badawcze: laboratoria humanistyczne, cyfrowa humanistyka, kultura *Do It Yourself*, kultura wernakularna, praktyki performatywne w cyberprzestrzeni, netnografia.

Dr **Kinga Sygizman** – adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego. Autorka prac naukowych z zakresu teorii przekazów radiowych, głównie dokumentu radiowego. Inspiracją do rozważań audialnych są dla niej wybrane wątki z zakresu filozofii, psychologii i teorii literatury.

Mgr **Katarzyna Szklarek-Zarebska** – doktorantka na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Łódzkiego, absolwentka historii sztuki UŁ, dziennikarstwa i komunikacji społecznej UŁ oraz Szkoły Aktorskiej SPOT w Krakowie. Praca magisterska z historii sztuki, którą obroniła na Uniwersytecie Łódzkim, stanowi szkic do monografii angielskiego artysty Michaela Kidnera. Zawodowo związana była z Polskim Radiem w Łodzi, Centralnym Muzeum Włókiennictwa w Łodzi, a obecnie pracuje w Muzeum Sztuki w Łodzi. Zainteresowania naukowe dotyczą głównie sztuki słuchowiskowej. Obecnie przygotowuje dysertację doktorską poświęconą postaci jednego z najwybitniejszych współczesnych reżyserów radiowych Teatru Polskiego Radia – Waldemarowi Modestowiczowi. Ponadto interesuje się sztuką nowoczesną i współczesną oraz krytyką artystyczną.

Prof. dr hab. **Marzena Świgoń** – pracuje w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UWM, kieruje Katedrą Badań Mediów. Członkini Komitetu Naukoznawstwa Polskiej Akademii Nauk. Senior Academic Associate – CIBER Research Ltd. Zainteresowania naukowe: komunikacja naukowa, dzielenie się wiedzą, zarządzanie wiedzą i zachowania informacyjne.

Prof. dr hab. **Karsten Weber** – is co-head of the Institute for Social Research and Technology Assessment at OTH Regensburg, Germany. He works, among other things, on social impacts of ICT and also published several papers on media ethics.

Dr hab. **Maja Wojciechowska**, prof. UG – profesor w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Gdańskiego. Redaktor naczelna czasopisma „Zarządzanie Biblioteką”, organizator Bałtyckiej Konferencji Zarządzanie i Organizacja Bibliotek, członek sekcji IFLA Management and Marketing, przewodnicząca Komisji Zarządzania i Marketingu SBP, w latach 2006–2013 dyrektor biblioteki Ateneum – Szkoły Wyższej w Gdańsku. Jej zainteresowania naukowe obejmują: zarządzanie bibliotekami, marketing instytucji kultury, niematerialne zasoby organizacyjne, zarządzanie zasobami ludzkimi, kapitał społeczny. Autorka i redaktorka licznych prac, w tym m.in. *Intangible organizational resources: Analysis of resource-based theory and the measurement of library effectiveness* (2016), *Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwie* (2019), *Zarządzanie biblioteką* (2019), *Kształtowanie kapitału społecznego: ujęcie z perspektywy bibliotekoznawczej* (2019), *Social capital, trust and social activity among librarians: Results of research conducted in 20 countries across the world* (2020).

Table of contents

Marzena Świgoń From the Editor-in-Chief	5
Articles	
Karsten Weber A contextual discussion on justice, equality and gender in media ethics	9
Tanja Kostanjevac, Zeljka Bagaric Accessibility of public health information on the COVID-19 outbreak: Analysis of the first European official TV releases	23
Tatyana Shevyakova Image media topics in the mass media of the Republic of Kazakhstan	41
Gabriella Rácsok Some thoughts on film as a possible means in the mission of the church in the context of today's changing religiosity	55
Maria Hołubowicz Promoting diversity and pluralism in the media in France: The regulator's actions in an increasingly concentrated media market	69
Marzena Świgoń, Ewa Głowacka, Małgorzata Kisilowska-Szurmińska Academia.edu, ResearchGate, Google Scholar, Scopus and Publons (Web of Science) – detailed analysis of the presence of representatives from social communications and media sciences	83
Maja Wojciechowska Structure and directions of the IFLA in light of the 2019–2024 strategy	103
Piotr Małczyński Tasting otherness. Pop-ethnography of food in the travel programme <i>Shocking Dishes</i>	119
Urszula Sawicka <i>Mukbang</i> and <i>food challenge</i> – about eating on YouTube	133
Tomasz Poborca Hypothesis of the postmodern image	153
Kinga Sygizman Soundspace of Litzmannstadt Ghetto. Radio documentaries by Joanna Sikorzanka	171
Karolina Burno-Kaliszuk Melania, Taylor and Kylie in Polish. American celebrities in Polish gossip websites in 2020	185
Daniel Sołtysiak Media labs in vernacular culture context. Case study of polish institutions	201
Katarzyna Szklarek-Zarębska Themes of old age, passing and death in the works of Waldemar Modestowicz based on the radio plays <i>Drugi pokój</i> , <i>Starość jest piękna</i> and <i>Sprzątanie</i>	215

Reviews and announcements

Urszula Doliwa

Journalism and Social Communication at the University of Warmia and
Mazury is 20 years old! 231

Marzena Świgoń

Postgraduate studies in Library and Information Science at the University
of Warmia and Mazury in Olsztyn – origins and current offer 235

Martyna Siudak

About technology that can take control of us 237

Authors 243

Informacje dla Autorów

Zasady przygotowania prac naukowych do zamieszczenia w czasopiśmie „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”

1. W roczniku są drukowane artykuły naukowe, recenzje i materiały kronikarskie (np. sprawozdania z sesji naukowych) dotyczące szeroko rozumianej relacji media – kultura – komunikacja społeczna, napisane w języku polskim lub angielskim.
2. Tekst główny artykułu nie powinien przekraczać 40 tys. znaków (ze spacjami i bibliografią), a recenzji i sprawozdań – 20 tys. znaków. Preferowany format pliku: doc, docx; czcionka Times New Roman 12, interlinia 1,5; przypisy dolne ograniczone do minimum: 10, interlinia pojedyncza. Jeśli tekst zawiera zdjęcia, ryciny lub wykresy, należy przesłać oryginały w osobnym pliku w możliwie najlepszej rozdzielczości. Autor jest odpowiedzialny za uzyskanie zgody na druk ilustracji, których nie jest właścicielem. Formatowanie tekstu ograniczone do minimum.
3. Do tekstu głównego należy dołączyć następujące dane:
 - pełne imię i nazwisko Autora/Autorów,
 - numer ORCID,
 - notę biograficzną Autora/Autorów: tytuły i stopnie naukowe, afiliacja (uczelnia, wydział etc.), dane kontaktowe (e-mail, nr telefonu, adres pocztowy),
 - tytuł pracy w języku polskim i angielskim,
 - abstrakt w języku polskim i angielskim zawierający: cel, metody, wyniki i wnioski (do 1200 znaków ze spacjami),
 - słowa kluczowe w języku polskim i angielskim (5–6 słów),
 - bibliografię.Dane personalne Autora (imię i nazwisko, ORCID oraz krótki biogram) powinny być przesłane w osobnym pliku.
Preferowana struktura artykułu naukowego (IMRaD): **Wstęp/Wprowadzenie, Metody, Rezultaty, Dyskusja, Podsumowanie/Zakończenie.**
4. **Cytaty i wszelkie przypisy (odwołania) należy przygotować w systemie harwardzkim.**

Cytaty w tekście głównym – przykłady:

Jeśli publikacja ma jednego autora:

John Fiske (2010, s. 46) twierdzi, że „Odczytanie jest grą strategii i taktyki, aktem kłusownictwa...”.

lub

„Odczytanie jest grą strategii i taktyki, aktem kłusownictwa...” (Fiske, 2010, s. 46).

Jeśli publikacja ma dwóch autorów:

„Często się mówi, że wyróżniającą cechą nowych studiów nad mediami jest to, że bardziej zwracają uwagę na przestrzeń niż na czas” (Dovey i Kennedy, 2011, s. 121).

Jeśli publikacja ma trzech lub więcej autorów:

„W związku z tym intencją wpisaną w prezentowaną tu analizę jest przekonywanie do potrzeby zredefiniowania kategorii mediów alternatywnych” (Bailey i in., 2012, s. 109).

Dla odróżnienia kliku prac tego samego autora wydanych w jednym roku stosuje się małe litery „a” i „b” w nawiasie po roku publikacji (lub jeśli to konieczne – następne w alfabecie):

„Cytat, cytata, cytata, cytata, cytata, cytata” (Levinson, 2006a, s. 124).

„Cytat, cytata, cytata, cytata, cytata, cytata” (Levinson, 2006b, s. 195).

Jeśli w tekście artykułu następuje odniesienie do publikacji cytowanej przez innego autora, wówczas należy skorzystać z następującego wzoru: (rok, za Nazwiskiem, rok) Z eksperymentu Bennett (1995, za Festinger, 2007) jasno wynika, że...

5. Bibliografię umieszczamy bezpośrednio po tekście głównym. Bibliografię należy przygotować w porządku alfabetycznym (bez podziału na działy), korzystając z poniższych wzorów.

Bibliografia – przykłady:

Monografie

- Nazwisko, Imię (Rok). *Tytuł dzieła*. Tłum. Imię Nazwisko. Miejsce wydania: Nazwa wydawnictwa. Festinger, Leon (2007). *Teoria dysonansu poznawczego*. Tłum. Julitta Rydlewska. Warszawa: PWN.
- Nazwisko, Imię (Rok). *Tytuł dzieła*. Miejsce wydania: Nazwa wydawnictwa. Labocha, Janina (2008). *Tekst, wypowiedź, dyskurs w procesie komunikacji językowej*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Lipschultz, Jeremy Harris (2020). *Social Media Communication. Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. 3rd Ed. Routledge.

Rozdziały w monografiach

- Nazwisko, Imię (Rok). Tytuł dzieła. W: Nazwisko, Imię (red.). Tytuł dzieła zbiorowego. Tłum. Imię Nazwisko. Miejsce wydania: Nazwa wydawnictwa, strony od do. Bolton, Robert (2007). Bariery na drodze komunikacji. W: Stewart, John (red.). *Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej*. Tłum. Jacek Suchecki. Warszawa: PWN, 174–186.
- Nazwisko, Imię (Rok). Tytuł dzieła. W: Nazwisko, Imię (red.). *Tytuł dzieła zbiorowego*. Miejsce wydania: Nazwa wydawnictwa, strony od do. Orłowska, Dominika (2009). Reklama internetowa, jej odbiorcy oraz kierunki rozwoju. W: Bednarek, Józef i Andrzejewska, Anna (red.). *Cyberswiat. Możliwości i zagrożenia*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie ŻAK, 101–111.
- Gorman, Gary E. and Pauleen, David J. (2011). The nature and value of Personal Knowledge Management. In: Pauleen, David J. and Gorman, Gary E. (eds.). *Personal Knowledge Management: individual, organizational and social perspectives*. Farnham: Gower Publishing Limited, 1–16.

Encyklopedie i słowniki

- Nazwisko, Imię (red.) (Rok). *Tytuł dzieła*. Miejsce wydania: Nazwa wydawnictwa. Polański, Kazimierz (red.) (1999). *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*. Wrocław – Warszawa – Kraków: Ossolineum.

Artykuły w czasopismach

- Nazwisko, Imię (Rok). Tytuł artykułu. *Tytuł czasopisma*, numer(numer zbiorczy), strony od do. Babecki, Miłosz (2018). Gry cyfrowe jako przedmiot badań w naukach o mediach. *Studia Medioznawcze*, 1(72), 45–56.
- Nicholas, David; Watkinson, Anthony; Abrizah, Abdullah; Rodríguez Bravo, Blanca; Boukacem-Zeghmouri, Cherifa; Xu, Jie; Świgoń, Marzena and Herman, Eti (2020). Does the scholarly communication system satisfy the beliefs and aspirations of new researchers? Summarizing the Harbingers research. *Learned Publishing*, 33(2), 132–141.

Artykuły w prasie

- Nazwisko, Imię (Rok). Tytuł artykułu. *Tytuł gazety*, data wydania, numer wydania, strony od do. Wieliński, Bartosz (2017). To już prawie przesądzone. Przyleci Trump. *Gazeta Wyborcza*, 9 czerwca 2017, 133, 1–1.
- Nicholas, David; Herman, Eti; Boukacem-Zeghmouri, Chérifa; Rodríguez-Bravo, Blanca; Xu, Jie; Abdullah, Abrizah and Świgoń, Marzena (2017). ResearchGate was a disruptor... now it's becoming a mainstay. *Research Fortnight*, 1 November 2017, 20–20.

Materiały online

- Nazwisko, Imię (Rok). *Tytuł publikacji*, [online]. Tytuł strony. Dostęp: link internetowy [data dostępu]. Bogusiak, Michał (2010). *Ulica gromi reklamę*, [online]. Eventspace.pl. Dostęp: <http://www.eventspace.pl/knowhow/Ulica-gromi-reklame,90> [16.07.2010].
- Nicholas, David (2018). *Early-career researchers herald change*, [online]. Nature Index, 25 July 2018. Access: <https://www.natureindex.com/news-blog/early-career-researchers-herald-change> [29.03.2021].

Jeśli publikacja online nie ma tytułu, wówczas tytuł tworzymy z pierwszych dwóch, trzech, czterech... słów układających się w spójną znaczeniowo całość.

Więcej informacji o piśmie, w tym o zasadach nadsyłania artykułów, znajduje się na stronie internetowej: <https://czasopisma.uwm.edu.pl/index.php/mkks>.

Author Guidelines

Media – Culture – Social Communication

1. The journal is open to submissions (in Polish and English) of scientific papers as well as reviews and reports on media, culture and communication relations in a very broad sense.
2. The text should not exceed the length of 40,000 characters (spaces and bibliography included), reviews and reports up to 20,000. The submission file format: doc, docx; font: Times New Roman 12; line spacing 1.5; use of footnotes should be kept to a minimum (Arabic numerals, Times New Roman 10, spacing 1). If the text contains photos, figures, or graphs, please send the originals in a separate file in the best possible resolution. The author is responsible for obtaining permission to print illustrations that he does not own. Text formatting should be kept to a minimum.
3. The following should be enclosed:
 - First name and surname
 - ORCID Id
 - Biographical note: academic degree and title, affiliation, contact details (e-mail, telephone, postal address)
 - Title of the paper
 - Abstract including: aim, methods, results and conclusion (up to 1200 characters including spaces)
 - List of 5–6 keywords
 - BibliographyPersonal data (name, ORCID and bio) should be sent in a separate file.
The preferred structure of the article: **IMRaD – Introduction, Methods, Results, Discussion, Conclusion.**
4. Citations, notes and bibliography should be prepared in the style, see below.

In-text citations and notes structure – example:

Book by one author:

John Fiske (2010, p. 46) claims that „Excorporation is the process by which the subordinate make their own culture out of the resources and commodities provided by the dominant system...”.

or

„Excorporation is the process by which the subordinate make their own culture out of the resources and commodities provided by the dominant system” (Fiske, 2010, p. 46).

Book by two authors:

„The computer game is also a useful site through which to examine another key quality ascribed to new media in general – the destabilizing Shift in relations between consumption and production of media texts” (Dovey and Kennedy, 2011, p. 13).

Book by multiple authors:

„Analysis of the impact of information and communication technologies (ICTs) on everyday life has shown that communities are formed not only in geographically defined spacer, but also in cyberspace” (Bailey et al., 2012, p. 9).

References taken from different sources, but with the same authorship and year of publication, can be distinguished from one another by inserting a lower case letter after the year inside the brackets:

„Quotation, quotation, quotation, quotation, quotation, quotation” (Levinson, 2006a, p. 124).
„Quotation, quotation, quotation, quotation, quotation, quotation” (Levinson, 2006b, p. 195).

5. A bibliography is a detailed, completed list of all cited resources, used to create the article. Bibliography should be arranged alphabetically by authors and must appear after the text. This is demonstrated in the examples below.

Bibliography – example:

For books

- Surname, Name (Year). *Title of publication*. City of publication: Name of publisher.
Lipschultz, Jeremy Harris (2020). *Social Media Communication. Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. 3rd Ed. Routledge.

If the source is translated edition, use word Transl. after the title of publication and then write name and surname of translator.

- Surname, Name (Year). *Title of publication*. Transl. Name and surname of translator. City of publication: Name of publisher.
Festinger, Leon (2007). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Transl. Julitta Rydlewska. Warszawa: PWN.

For chapters

- Surname, Name (Year). Chapter's title. In: Surname, name of editor (ed.). *Title of book*. City of publication: Name of publisher, pages from – to.
Gorman, Gary E. and Pauleen, David J. (2011). The nature and value of Personal Knowledge Management. In: Pauleen, David J. and Gorman, Gary E. (eds.). *Personal Knowledge Management: individual, organizational and social perspectives*. Farnham: Gower Publishing Limited, 1–16.

For encyclopedias and dictionaries

- Surname, Name of editor (ed.) (Year). *Title of the encyclopedia or dictionary*. City of publication: Name of publisher.
Polański, Kazimierz (red.) (1999). *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*. Wrocław – Warszawa – Kraków: Ossolineum.

For journal articles

- Surname, Name (Year). Title of the article. *Title of the paper*, issue or part number(volume), pages from – to.
Nicholas, David; Watkinson, Anthony; Abrizah, Abdullah; Rodríguez Bravo, Blanca; Boukacem-Zeghmouri, Cherifa; Xu, Jie; Świgoń, Marzena and Herman, Eti (2020). Does the scholarly communication system satisfy the beliefs and aspirations of new researchers? Summarizing the Harbingers research. *Learned Publishing*, 33(2), 132–141.

For newspaper articles

- Surname, Name (Year). Title of the article. *Title of the magazine*, data, issue number, pages from – to.
Nicholas, David; Herman, Eti; Boukacem-Zeghmouri, Chérifa; Rodríguez-Bravo, Blanca; Xu, Jie; Abdullah, Abrizah and Świgoń, Marzena (2017). ResearchGate was a disruptor... now it's becoming a mainstay. *Research Fortnight*, 1 November 2017, 20–20.

For Web sites and other electronic sources

- Surname, Name (Year). *Title of publication*, [online]. Web site title, date. Access: hyperlink [date of the access].
Nicholas, David (2018). *Early-career researchers herald change*, [online]. Nature Index, 25 July 2018. Access: <https://www.natureindex.com/news-blog/early-career-researchers-herald-change> [29.03.2021].

If the online publication has no title, then the title is made up of the first two, three, four or more words forming a semantically coherent content.

For more information on writing, including the submission policy, please visit website: <https://czasopisma.uwm.edu.pl/index.php/mkks>.