

**Ks. Michał Drożdż**

Papieska Akademia Teologiczna w Krakowie

## **Dyskurs wokół statusu nauki o mediach i komunikacji społecznej**

### **Wstęp**

Wielowymiarowość zagadnień i problemów medialnych oraz różnorodność przestrzeni badawczych wskazuje na interdyscyplinar-ny charakter mass mediów i komunikacji społecznej. Nowe technolo-gie medialne oraz wiele innych procesów rozwoju cywilizacyjnego zmieniają nie tylko praktyczne uwarunkowania życia człowieka, współtworząc tzw. cywilizację medialno-informacyjną, ale także uwa-runkowania naukowego podejścia do mediów i komunikacji medial-nej. Wiele zjawisk i tendencji generowanych przez media, a ujmowa-nych czasem hasłowo w postaci takich pojęć, jak: globalizacja, komercjalizacja, indywidualizacja, mediatyzacja, wirtualizacja<sup>1</sup> itp., musi być, z racji ich różnorodności i wieloaspektowości, przedmio-tem analiz różnych nauk. Wydaje się jednak, że problematyka me-dialna domaga się także ogólnej, integralnej bazy naukowej do inter-

---

<sup>1</sup> Por. *Kommunikationswissenschaft im Wandel. Orientierung in einer dynamischen, integrativen und unüberschaubaren Disziplin*, red. M. Löffelholz, T. Quandt, [w:] *Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung*, red. M. Löffelholz, T. Quandt, Wiesbaden 2003, s. 29.

dyscyplinarnych analiz. Rolę tę interdyscyplinarnej platformy może i powinna wypełniać nauka o mediach i komunikacji społecznej<sup>2</sup>.

Pomimo tego, a może właśnie dzięki temu, że media są obiektem zainteresowań badawczych wielu teoretyków mediów, socjologów komunikowania, psychologów, politologów, filozofów, etyków i wielu innych badaczy, którzy analizują problemy masowego komunikowania w różnych aspektach, istnieje potrzeba stworzenia płaszczyzny integrującej te wysiłki badawcze, platformy pozwalającej na spojrzenie całościowe i interdyscyplinarne. Celem niniejszego artykułu jest pokazanie zasadności takiej platformy oraz poszukiwanie podstawowych metodologicznych uwarunkowań nauki o mediach i komunikacji społecznej. Dynamika rozwoju badań w tej dziedzinie w Polsce w ostatnich pięciu latach, rozwój ośrodków badawczych, akademickich oraz ośrodków kształcenia praktyków komunikowania z obszaru dziennikarstwa, PR, reklamy i marketingu, edukacji medialnej itd., liczne publikacje w tym zakresie, to wszystko sprawia, że stajemy wobec potrzeby sformalizowania nowej dyscypliny naukowej w obszarze nauk humanistycznych, nauki o mediach i komunikacji społecznej, która wprowadzie metodycznie interdyscyplinarna, ale przedmiotowo integralna, mogłaby wyjść naprzeciw wyzwaniom i oczekiwaniom teoretycznym i praktycznym cywilizacji medialno-informacyjnej. W naszych analizach przedstawimy najpierw inter- i transdyscyplinarny wymiar analiz mediów i komunikacji społecznej, następnie ukażemy media jako nową jakość przedmiotową, stanowiącą czytelny i oczywisty przedmiot materialny badań naukowych. Badanie mediów ma charakter interdyscyplinarny, dlatego też implikuje pytania o jakość metod badawczych i ich zdolność integracyjną w ramach jednej nauki, dlatego też istnieje potrzeba pokazania metodologicznego dyskursu wokół nauki o mediach i komunikacji społecznej, co będzie kolejnym punktem naszych analiz. Poszukiwanie statusu poznawczego i metodologicznego nauki o mediach i komunikacji społecznej domaga się także pokazania płaszczyzn interdyscyplinarnych analiz mediologicznych oraz kryteriów metodologicznej klasyfikacji problematyki medialno-komunikacyjnej, co będzie przedmiotem końcowych analiz.

---

<sup>2</sup> Por. M. Drożdż, *Logos i ethos mediów. Dyskurs paradygmatyczny filozofii mediów*, Tarnów 2005, s. 115–169.

W toku naszych analiz posługujemy się z nową terminologią, nieugruntowaną jeszcze akademicko w Polsce: komunikologia i mediologia, używając tych określeń synonimicznie na oznaczenia nauki o komunikowaniu społecznym oraz nauki o mediach, nie wnikając jednak w zasadność takiego nazewnictwa na gruncie polskim. Niższe analizy, ukierunkowane na poszukiwanie podstawowych uwarunkowań metodologiczno-przedmiotowych nauk o mediach i komunikacji społecznej, stanowią także jeden z głosów w dyskusji wokół tego zagadnienia, lobując tym samym za pełnym sformalizowaniem akademickim nauki o mediach i komunikacji społecznej.

## **Inter- i transdyscyplinarny wymiar analiz mediów i komunikacji społecznej**

Pojęcie mediów jest dziś pojęciem młodym w obszarze nauk. Wydaje się, że istnieje swoista moda na bardzo różnorodne analizy tych dwóch komplementarnych pojęć: media i komunikacja – oraz powszechne wręcz przekonanie, że media zmieniły oblicze współczesnego świata w wielu wymiarach życia jednostek i społeczeństw. Media stały się kluczowym pojęciem łączącym w jeden kompleks zagadnień problematykę dotyczącą człowieka, społeczeństwa, techniki, kultury, historii itp., współtworząc w ten sposób nową przestrzeń życia człowieka: mediosferę, której cechy stają się wyznacznikiem zmian struktur nowego społeczeństwa informacyjnego<sup>3</sup>. Badania nad poszczególnymi środkami komunikowania masowego niemal od ich początku były prowadzone przez przedstawicieli różnych dyscyplin. Wraz z upowszechnieniem prasy, później radia i telewizji, lista tych dyscyplin uległa rozszerzeniu. Obok tradycyjnych dyscyplin badawczych, takich jak: socjologia, prawo, literaturoznawstwo, historia, pojawiły się inne, pośród których w pierwszym rzędzie wymienić można psychologię, ekonomię, semiotykę. Badania te nie tworzyły jednak nauki o środkach komunikowania masowego w sensie dyscypliny naukowej o własnym przedmiocie, terminologii i metodach badawczych, ale raczej ubogacały dotychczasową wiedzę o mediach,

---

<sup>3</sup> Por. D. Krallmann, A. Ziemann, *Grundkurs Kommunikationswissenschaft. Mit einem Hypertext-Vertiefungsprogramm im Internet*, München 2001, s. 10.

próbując tworzyć na jej bazie syntetyczne ujęcia. Korzystając z wyników badań odrębnych dyscyplin, powiązanych wspólnym przedmiotem materialnym badań, lecz o odmiennych celach, aparaturze pojęciowej i metodologicznej, integrowały i syntezywały te dane w jedną interdyscyplinarną całość<sup>4</sup>.

Nauka o mediach i komunikacji społecznej jest swoistym interdyscyplinarnym „produktem” nauk techniczno-empirycznych, humanistycznych, socjologicznych i filozoficznych. Swoją metodologiczną specyfikę i niezależność zawdzięcza badaniom empirycznym i teoretycznym takich dyscyplin, jak: filozofia, socjologia, psychologia, cybernetyka, lingwistyka, matematyka itd. Analiza komunikacji medialnej jest i była prowadzona najczęściej w kontekście szeroko rozumianych nauk o komunikowaniu masowym<sup>5</sup>, które dopiero wy-

---

<sup>4</sup> Por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa, Kraków 1999, s. 102.

<sup>5</sup> Zob. m.in. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt.; S. Juszczyk, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*, Katowice 2000; M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001; J. Mikułowski Pomorski, *Badania masowego komunikowania*, Warszawa 1980; A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 2000; J. Gajda, S. Juszczyk, B. Siemieniecki, K. Wenta, *Edukacja medialna*, Toruń 2002; T. Goban-Klas, *Zarys historii i rozwoju mediów. Od malowideł naskalnych do multimedii*, Kraków 2001; E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, Gdańsk 2003; *Internet i nowe technologie – ku społeczeństwu przyszłości*, red. T. Zasepa, R. Chmura, Częstochowa 2003; *Internet – fenomen społeczeństwa informacyjnego*, red. T. Zasepa, R. Chmura, Częstochowa 2001; J. Stewart, *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*, Warszawa 2002; L. Kiełtyka, *Komunikacja w zarządzaniu. Techniki, narzędzia i formy przekazu informacji*, Warszawa 2002; B. Dobek-Ostrowska, R. Wiszniowski, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*, Wrocław 2001; A. Mattelart, M. Mattelart, *Teorie komunikacji. Krótkie wprowadzenie*, Warszawa, Kraków 2001; T. Zasepa, *Media, człowiek społeczeństwo. Doświadczenie europejsko-amerykańskie*, Częstochowa 2000; E. Banaszek-Zygmunt, *Media*, Warszawa 2000; P. Sorlin, *Mass media. Kluczowe pojęcia*, Wrocław 2001; J. Olędzki, *Komunikowanie w świecie*, Warszawa 2001; *W świecie mediów*, red. E. Nurczyńska-Fidelska, Kraków 2001; W. Strykowski, W. Skrzydlewski, *Media i edukacja w dobie integracji*, Poznań 2002; B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2002; *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2001; *Współczesne systemy komunikowania*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 1998; B. Dobek-Ostrowska, B. Ociepka, J. Frasz, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999; J. B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2001; *Studia z teorii komunikowania masowego*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 1999; M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mediów*, Warszawa 1991; D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.

pracowują swój metodologiczny status jako interdyscyplinarnej nauki dotyczącej komunikowania medialnego<sup>6</sup>. Nie ulega wątpliwości, że zagadnienie mediów i komunikacji masowej leży w przestrzeni zainteresowania wielu dyscyplin naukowych o różnym statusie metodologicznym, takich, jak np.: socjologia, psychologia, teoria informacji i komunikacji, filozofia mediów. Praktyka badawcza zmierza ku dalszemu rozszerzeniu pola zainteresowań i zakresu współpracujących dyscyplin. Do tradycyjnych dołączyły nowe – przede wszystkim semiotyka i antropologia, a także filozofia języka i logika matematyczna. Obok komunikacji medialnej zaczęto badać również inne formy komunikowania: komunikowanie interpersonalne, instytucjonalno-polityczne, kulturowe itp.<sup>7</sup> Każda ze szczegółowych dyscyplin ujmowała badane zjawiska medialne we własnych kategoriach pojęciowych; włączała je we własne systemy teoretyczne, stosując własne metody i techniki badawcze. Na bazie tych procedur i wyników badawczych tworzył się status nowych interdyscyplinarnych dyscyplin badawczych: komunikologii i mediologii lub nauki o mediach i komunikacji społecznej. Były i są one platformą badań integrującą problemowo wyniki poznawcze wielu nauk. Mimo tego, iż będziemy się posługiwać tymi terminami równolegle lub zamiennie ze względu na pewne uproszczenia metodologiczne, mamy świadomość różnic między naukami o komunikacji i naukami o mediach. Te pierwsze oparte są zasadniczo na naukach humanistycznych i językoznawczych, natomiast drugie na socjologii i naukach społecznych. Niezależnie od przyznawanego tym naukom statusu naukowego, nauka o komunikowaniu ma już przeszło pięćdziesiąt lat i jest dojrzałą dyscypliną akademicką. Niektórzy z socjologów i psychologów, zwłaszcza amerykańskich, uważają, że komunikologia jest dziedziną przedparadygmatyczną lub nieparadygmatyczną, i dlatego nie można jej traktować jako dyscypliny naukowej w pełnym tego słowa znaczeniu<sup>8</sup>. Naszym zdaniem trudno dziś podzielać taką tezę, zwłaszcza

---

<sup>6</sup> Por. *Studia z teorii komunikowania masowego*, dz. cyt., s. 6 n.

<sup>7</sup> Por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt., s. 104.

<sup>8</sup> Por. *Nauka o komunikowaniu*, dz. cyt., s. 9. „Nauka o komunikowaniu od czasów Lazarsfelda i inauguracji szkoły frankfurckiej zrobiła olbrzymi krok w rozwoju. Dziś możemy już mówić o kilku generacjach teorii, o kilku pokoleniach komunikologów, pochodzących ze wszystkich kontynentów, o tysiącach studentów kształcących się

w kontekście istnienia i funkcjonowania chociażby kilkuset wydziałów i instytutów komunikowania w USA, kształcących tysiące fachowców od komunikacji i mediów<sup>9</sup>, oraz dynamicznego rozwoju tej dyscypliny także w Polsce, czego dowodem jest powstanie w 2007 roku Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej. Dynamiczny rozwój mediologii wyprzedził refleksję metodologiczną nad formalnym statusem tej dyscypliny. Wydaje się, że rzeczą naturalną jest fakt, że każda młoda dyscyplina badań naukowych musi poddać się metodologicznemu dyskursowi nad konstytutywnymi cechami własnej naukowej tożsamości. Im młodsza jest jakaś dyscyplina, tym większe jest spektrum opinii i ocen, dotyczących jej przedmiotu badań, metodologii, granic poznawczych teorii, paradygmatu itp. Ten teoretyczny dyskurs dotyczy bardzo wielu zagadnień, między innymi wzajemnej relacji komunikologii do mediologii<sup>10</sup>, relacji przedmiotowej: komunikacji do komunikacji medialnej i mediów, rozumienia procesu komunikacji jako kategorii bazowej dla wszystkich rodzajów komunikowania, kwestii metodologicznych kompetencji itp. W tym dyskursie rysuje się szeroki konsensus dla uznania nauki o komunikowaniu jako dziedziny badań interdyscyplinarnych, opartej na empirycznie zorientowanych naukach socjologicznych i charakteryzującej się szerokim socjologiczno-psychologiczno-filozoficznym kontekstem oraz zakorzenieniem, uznania jej jako dziedziny o pragmatycznej funkcjonalności i epistemologiczno-metodologicznej ścisłości<sup>11</sup>. Niektórzy uważają, że dynamiczny rozwój nauk o ko-

---

w instytutach komunikologicznych na uniwersytetach w różnych zakątkach świata. Nauka o komunikowaniu rozwija się jednak nierównomiernie – nadal dominują uczeni amerykańscy lub obcokrajowcy pracujący w placówkach badawczych w USA. Uniwersytety europejskie usiłują dotrzymać kroku uczelniom zza oceanu i przewyżżyć ich prymat” – tamże.

<sup>9</sup> Por. zestawienie wydziałów i instytutów komunikowania oparte na zestawieniu „American Communication Association”, w: [online], <http://www.american-comm.org/acastudiescenter.html> [dostęp: 5.05.2007].

<sup>10</sup> Chodzi o rozstrzygnięcie kwestii wzajemnej zależności, czy mediologia jest częścią komunikologii, czy też jest odwrotnie (por. R. Burkart, *Kommunikationswissenschaft*, Wien-Köln-Weimar 1998<sup>3</sup>; M. Karmasin, *Was ist neu an der neuen Kommunikationswissenschaft*, [w:] *Die neue Kommunikationswissenschaft. Theorien...*, dz. cyt., s. 50 n.).

<sup>11</sup> Por. R. Burkart, *Kommunikationswissenschaft*, dz. cyt., s. 18 n.; *Einführung in die Publizistikwissenschaft*, red. O. Jarren, H. Bonfadelli, Bern-Stuttgart-Wien 2001, s. 10 n.; G. Maletzke, *Kommunikationswissenschaft im Überblick: Grundlagen, Probleme, Perspekti-*

munikacji i mediach oraz ich badawcze sukcesy mają swoje źródło w coraz większym przeorientowaniu tych nauk z orientacji humanistycznej w kierunku empirycznym<sup>12</sup>.

Początkowo media były najczęściej przedmiotem analiz psychologicznych i socjologicznych w ich społeczno-psychologicznych odniesieniach i skutkach oddziaływania<sup>13</sup>. Ta płaszczyzna teoretycznych badań w literaturze światowej pojawiła się dużo wcześniej niż w Polsce<sup>14</sup>. Można powiedzieć, że jest to płaszczyzna badawcza drugiej połowy XX wieku, począwszy od etapu prekursorskiego początku wieku<sup>15</sup>, następnie przez szkołę *Mass Media Reserach* Lasswella, Lewina, Lazarsfelda i Hovlanda<sup>16</sup> w latach czterdziestych i pięćdziesią-

---

ven, Opladen Wiesbaden 1998, s. 17 n.; S. J. Schmidt, G. Zurstiege, *Orientierung Kommunikationswissenschaft: was sie kann, was sie will*, Reinbek 2000, s. 24 n., 211 n.).

<sup>12</sup> Por. M. Karmasin, *Was ist neu an der neuen...*, art. cyt., s. 50 n.

<sup>13</sup> Zob. M. Filipiak, *Homo communicans*, Lublin 2003.

<sup>14</sup> Teoretyczne analizy z zakresu komunikacji medialnej i teorii mediów, pedagogiki, etyki czy filozofii mediów pojawiły się w Polsce jako nowa płaszczyzna intensywnych badań medialnych dopiero w ostatnich piętnastu latach. Przed rokiem 1989 polskie badania nad mediami i komunikacją masową koncentrowały się w kilku ośrodkach naukowych. „W Ośrodku Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, grupa badaczy prowadziła już od lat pięćdziesiątych XX w. systematyczne studia medioznawcze i komunikologiczne. Obejmowały one analizę prasy, radia i telewizji, analizę zawartości komunikowania, analizę publiczności, studia nad efektem komunikowania, studia semiologiczne, badania w zakresie teorii i socjologii komunikowania masowego itp. Polscy teoretycy są członkami międzynarodowych towarzystw naukowych, jak np. International Association of Mass Communication Research (IAMCR), wydają książki i publikują artykuły w zagranicznych czasopismach naukowych. Na uwagę zasługują przede wszystkim prace takich polskich uczonych, jak I. Tetłowska, W. Pisarek, J. Bralczyk, B. Golka, T. Goban-Klas, J. Mikułowski Pomorski, Z. Nęcki, J. Olędzki, K. Jakubowicz i wielu innych, którzy tworzyli i tworzą polską naukę o komunikowaniu. Nie mamy jeszcze instytutów oraz studentów komunikologii w takim rozumieniu, jak w USA czy w Europie Zachodniej. Te, które istnieją dzisiaj, zajmują się przede wszystkim kształceniem dziennikarzy lub filmoznawców, ale być może już w nieodległej przyszłości będą kształciły także komunikologów” – *Nauka o komunikowaniu*, dz. cyt., s. 9.

<sup>15</sup> Etap prekursorski wiąże się przede wszystkim z dwoma nurtami badawczymi w Stanach Zjednoczonych, tzw. szkołą chicagowską w latach dwudziestych XX wieku Roberta Parka (1864–1944) i E. W. Burgessa oraz nurtem amerykańskiego pragmatyzmu społecznego Johna Deweya (1859–1952), Georga H. Meada (1863–1952) i Charlesa H. Cooleya (1864–1929).

<sup>16</sup> Zob. P. Lazarsfeld, *Remarks on Administrative and Critical Research*, „Studies in Philosophy and Social Sciences” 1 (1941), s. 2–16; P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet,

tych (etap początkowy)<sup>17</sup>, poprzez jej konsolidowanie się w następnej dekadzie (etap konsolidacji)<sup>18</sup> oraz krystalizowanie się teorii, szkół i modeli mediów i komunikacji w latach 70. (etap krystalizacji)<sup>19</sup>, aż po szczególnie dynamiczny rozwój w ostatnich dekadach XX wieku (etap współczesny), rozwój, można powiedzieć, symultaniczny wraz z dynamicznym rozwojem mediów elektronicznych.

Media stały się przedmiotem badań naukowych, zanim jeszcze pojęcie „mediów” zostało ściślej sprecyzowane i metodologicznie

---

*The People's Choice*, New York 1944; *Radio Research 1942–1943*, red. P. Lazarsfeld, F. Staton, New York 1944; P. Lazarsfeld, R. Merton, *Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action*, [w:] *The Communication of Ideas*, red. L. Bryson, New York 1948, s. 32–51; *Communication Research 1948–1949*, red. P. Lazarsfeld, F. Stanton, New York 1949.

<sup>17</sup> *Mass Media Research* to określenie amerykańskiego programu badawczego związanego z „ojcami” nauki o komunikowaniu (Lasswell, Lewin, Lazarsfeld, Hovland, Merton) dotyczącego zagadnień z pogranicza socjologii, psychologii i nauk politycznych.

<sup>18</sup> Na tym etapie badań komunikologia systematycznie konsolidowała swoją pozycję w obszarze nauk społecznych. Jak pisze Dobek-Ostrowska, „na licznych uniwersytetach amerykańskich, a także w niektórych ośrodkach akademickich w Europie powołano do życia instytuty zajmujące się pracą badawczą i kształceniem studentów. Nauka o komunikowaniu rozpoczęła swój samodzielny byt. Wiele opublikowanych wówczas prac stanowi dzisiaj klasykę w tej dziedzinie, jak na przykład: *Personal Influence* P. Lazarsfelda i jego najbliższych współpracowników (1955), *Communication and Persuasion* C. Hovlanda (1953), *Content Analysis in Communication Research* B. Berelsona (1952), słynny artykuł E. Katza *The Two-Step Flow of Communication* (1957), *The Effects of Mass Communication* J. Klappera (1960), *Mass Media and Human Communication Theory* G. Gerbnera (1967). Opracowania te – składające się na teorie komunikologiczne drugiej generacji i korzystające z dorobku teoretycznego poprzedników – w dużej mierze wyznaczyły kierunek przyszłych badań w nauce o komunikowaniu. Ich autorzy koncentrowali się na analizie takich problemów, jak: publiczność środków masowego komunikowania, zawartość komunikowania, komunikator, efekt komunikowania. W fazie konsolidacji powstały także ważne modele komunikowania (...). Do najważniejszych należy zaliczyć: model systemowy Newcomba (1953), model procesu komunikowania masowego W. Schramma (1954), model dwustopniowego przepływu informacji P. Lazarsfelda i E. Katza (1955), model percepcji komunikowania G. Gerbnera (1956), model selekcji B. Westleya i M. MacLeana (1957), model socjologiczny J. i M. Rileyów (1959), model wielostopniowego przepływu informacji J. Klappera (1960)” (*Podstawy komunikowania społecznego*, dz. cyt., 52).

<sup>19</sup> Okres ten cechuje przede wszystkim: rozszerzenie zakresu badań nad komunikowaniem masowym, częściowa zmiana orientacji tych badań, pojawienie się nowych koncepcji teoretycznych, zastosowanie nowych metod analizy. Szczególnie zaś istotnym elementem jest postępująca – mimo głosów krytycznych – krystalizacja pola naukowych dociekań. To, co początkowo istotnie było – używając określenia



określone. Badania zainicjowane przez Lasswella i Lazarfelda<sup>20</sup> były zasadniczo analizami socjologicznymi dotyczącymi wpływu prasy i radia, jako pierwszych mediów masowych, na życie społeczeństwa. Szczegółowa prezentacja wszystkich etapów badań nad mediami, począwszy od bogatych analiz prasoznawczych aż po badania mediów telematycznych, wykracza poza założone cele tego opracowania. Obszerny przegląd badań zachodnich, szczególnie amerykańskich, poświęconych analizie mediów masowych: prasy, radia, telewizji i internetu, znajdziemy w wielu publikacjach, szczególnie zagranicznych, m.in. w publikacji Tomasza Gobana-Klasa<sup>21</sup>, nawiązującej do opracowania Dennisa McQuaila<sup>22</sup>, w opracowaniach pod redakcją Bogusławy Dobek-Ostrowskiej z Uniwersytetu Wrocławskiego, w badaniach Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego, Macieja Mrozowskiego, a także badaczy z kręgu uczelni katolickich w Polsce, Andrzeja Zwolińskiego<sup>23</sup>, Andrzeja Baczyńskiego<sup>24</sup> i Michała Drożdża<sup>25</sup> z Papieskiej Akademii Teologicznej w Krakowie, Tadeusza Zasępy<sup>26</sup> i Leona Dyczewskiego z Katolickiego Uniwersytetu

---

Schramma – „skrzyżowaniem, przez które wielu przechodziło, lecz niewielu się zatrzymywało”, wtedy stało się już systematycznie uprawianym polem studiów naukowych (por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt., s. 107).

<sup>20</sup> H.D. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society* (1948), [w:] *Mass Communication*, red. W. Schramm, Chicago–London 1960, s. 117–130; P. F. Lazarsfeld, R. K. Merton, *Mass Communication. Popular taste and Organized Social Action* (1948), [w:] *Mass Communication*, dz. cyt., s. 492–512. Pojęcie „mass media” w dzisiejszym tego słowa rozumieniu pojawiło się już w wykładzie Emila Dovifat’a z 23 listopada 1928 r. „Wege und Ziele der zeitungswissenschaftlichen Arbeit”, chociaż nie przyjęło się ono wtedy w literaturze niemieckiej i dopiero prace amerykańskich teoretyków mediów z lat czterdziestych stały się podstawą metodologicznej precyzacji pojęcia mass mediów zarówno w socjologii, jak i w innych obszarach badań medialnych (zob. E. Dovifat, *Wege und Ziele der zeitungswissenschaftlichen Arbeit* (23.11.1928), [w:] *Emil Dovifat. Studien und Dokumente zu Leben und Werk*, red. E. Sösemann, Berlin–New York 1998, s. 464–477).

<sup>21</sup> Zob. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt.

<sup>22</sup> Zob. D. McQuail, *McQuail’s Mass Communication Theory*, London 2000<sup>4</sup>; D. McQuail, *Mass Communication Theory. An Introduction*, London 1994<sup>3</sup>; D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, dz. cyt.

<sup>23</sup> Por. np. A. Zwoliński, *Obraz w relacjach społecznych*, Kraków 2004.

<sup>24</sup> Por. np. A. Baczyński, *Telewizja a świat wartości*, Kraków 2003.

<sup>25</sup> Por. np. M. Drożdż, *Logos i ethos mediów*, dz. cyt.

<sup>26</sup> Por. np. T. Zasępa, *Media. Człowiek. Społeczeństwo. Doświadczenia europejsko-amerykańskie*, Częstochowa 2000.

Lubelskiego w Lublinie, Antoniego Lewka z Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, bp. Adama Lepy, oraz coraz liczniejszych publikacji badaczy z różnych ośrodków akademickich w Polsce, prezentujących podstawowe orientacje i trendy badań nad mass mediami w XX wieku.

## Media jako nowa jakość przedmiotowa

W teoretycznych ujęciach rzeczywistości medialnej (mediów i komunikacji medialnej), od połowy ubiegłego wieku, analizy rozpoczynały się zazwyczaj od prezentacji podstawowych pojęć, w tym pojęcia „medium” (*singularis*) i coraz częściej stosowanego w liczby mnogiej pojęcia „mediów”. Analiza lingwistyczno-semantyczna wskazuje na podwójne użycie liczby mnogiej (*plurale tantum*) w pojęciu mediów. Pojęcie medium używane w liczbie pojedynczej ma zarówno swoją własną semantykę, szerokie zastosowanie w różnych dziedzinach badań naukowych i analiz spekulatywnych, jak również posiada swoje filozoficzne zakorzenienie. Przedmiotem teorii mediów i badań komunikacji medialnej są media, pojęcie używane w liczbie mnogiej i jako takie tworzące nową jakość przedmiotową<sup>27</sup>. W literaturze popularnej czy podręcznikowej na temat mediów często pojawia się już na początku metodologiczne wprowadzenie dotyczące etymologii pojęcia „medium” jako środka, jako elementu pośredniczącego, wywodzące się etymologicznie od łacińskiego słowa „medium”. Wydaje się, że tego typu pragmatyka metodologiczna abstrahuje czasem od nowej przedmiotowej jakości, jaką są media nie tylko jako środki komunikacji medialnej, ale jako nowa rzeczywistość kulturowa. Ludes wylicza cztery kategorie mediów: pierwszorzędne (podstawowe środki ludzkiego komunikowania się), drugorzędne (narzędzia i środki służące do jakiegokolwiek przekazu, trzeciorzędne media (tradycyjne i elektroniczne środki przekazu masowego), czwartorzędne media (cyfrowe media telematyczne)<sup>28</sup>. Podstawowe ujęcia teoretyczne komunikacji medialnej bazują na trzecim i czwartym rozumieniu mediów. Mass media przestały już być tylko

---

<sup>27</sup> Por. P. Ludes, *Einführung in die Medienwissenschaft. Entwicklungen und Theorien. Mit einer Einleitung von Jochen Hörisch*, Berlin 2003, s. 31 n.

<sup>28</sup> Tamże, s. 64–69.

wyłącznym przedmiotem analiz nauk medioznawczych, nauk o dziennikarstwie i publicystyce czy badań nad komunikowaniem masowym i jego wielorakimi skutkami, co charakteryzowało pierwszy etap badań nad mediami masowymi. Problematyka mediów stała się przedmiotowym polem badawczym w obszarze filozofii, estetyki, etyki, językoznawstwa, literaturoznawstwa, kulturoznawstwa, wielu szczegółowych dyscyplin humanistycznych związanych z poszczególnymi mediami, jak również z obszaru psychologii, socjologii czy ekonomii. Można wyliczyć jeszcze bardzo wiele szczegółowych obszarów badawczych i dyscyplin, które zajmowały i zajmują się przedmiotowo rzeczywistością medialną. W tym kontekście próba metodologicznego uściślenia pojęcia mediów oraz nauki o komunikacji masowej, komunikologii medialnej czy mediologii nie jest łatwa. Różnica w rozumieniu mediów jako technicznych środków komunikacji i kanałów informacji czy też jako przedłużenia narzędzi poznawczych człowieka, wpływa na kształt i zakres samej teorii mediów. W pierwszym rozumieniu mamy do czynienia z matematyczno-techniczną teorią komunikacji medialnej, w drugim zaś z filozoficzną teorią mediów. Ta różnorodność teoretycznych ujęć mediów widoczna jest bardzo wyraźnie chociażby na przykładzie dwóch koncepcji. Analiza porównawcza podstawowej teorii komunikacji, która ma swoje źródło w matematycznej teorii informacji Shannona i Weavera<sup>29</sup>, opierającej się na technicznym modelu przekazu, akomodowanym i zastosowanym w prawie wszystkich obszarach nauk o komunikowaniu<sup>30</sup>, z koncepcją szkoły toronckiej, a szczególnie

---

<sup>29</sup> C. Shannon, *A Mathematical Theory of Communication*, „Bell System Technological Journal” 3–4 (1948); C. Shannon, W. Weaver, *Mathematical Theory of Communication*, Urbana 1949 (znany i najczęściej cytowany przedruk pierwszego artykułu z 1948 r.).

<sup>30</sup> Praca *Mathematical Theory of Communication* Shannona i Weavera stała się pionierską pracą badawczą w dziedzinie informacji i komunikacji, na gruncie której wyrosły wszelkie późniejsze badania nad komunikacją. Jest to przykład szkoły związanej z technicznym procesem komunikacyjnym, czyli uznającej komunikację za transmisję przekazu. Badania Shannona i Weavera rozwijały się podczas drugiej wojny światowej w laboratoriach Bella w Stanach Zjednoczonych, a ich głównym celem było ustalenie, w jaki sposób można wykorzystywać kanały komunikacyjne. Dla badaczy tych głównymi kanałami informacyjnymi były kable telefoniczne i fale radiowe. Stworzyli oni teorię, która umożliwiała im rozwiązanie problemów, w jaki sposób wysłać danym kanałem maksymalną ilość informacji i jak mierzyć pojemność takiego kanału. Skupienie się na kanale przekazującym wiadomość i na jego

Marshalla McLuhana, ukazującą media w nowej perspektywie socjologiczno-filozoficznej, pokazuje wyraźnie te różnice<sup>31</sup>.

## Metodologiczny dyskurs wokół nauki o mediach i komunikacji społecznej

Niektórzy z teoretyków mediów uważają wręcz, że mediologia i komunikologia jawią się jako swoiste nauki eklektyczne<sup>32</sup> i jako *parasit* współczesnych nauk<sup>33</sup>. Twierdzą oni, że nauki o komunikacji przejmują gotowe teoretyczne modele, schematy, teoremy i wyniki badań innych nauk, stosując je we własnej przestrzeni badań, dochodząc w ten sposób do nowych syntez i własnej systematyki. W 1963 roku W. Schramm w pracy *The Science of Human Communication* napisał, że komunikowanie nie jest dyscypliną akademicką w takim sensie, jak np. fizyka czy ekonomia. Uważał on, iż jest to obszar badawczy znajdujący się na skrzyżowaniu dróg, gdzie wielu ludzi przechodzi, ale się tam nie zatrzymuje. Dobek-Ostrowska uważa, że „ta konstatacja zawierała wówczas wiele prawdy. Do lat sześćdziesiątych bowiem teorią komunikowania zajmowali się «przybysze z zewnątrz», tj. psychologowie, socjologowie, politolodzy, matema-

---

pojemności związane jest z technicznym wykształceniem badaczy. Twierdzili, że ich teoria może znaleźć szerokie zastosowanie w całej sferze komunikacji międzyludzkiej i tak również się stało – zob. J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Warszawa 1999, s. 21–40.

<sup>31</sup> Por. M. McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, Toronto 1962; M. McLuhan, *Understanding Media*, London 1964; M. McLuhan, *Wybór pism*, Warszawa 1975; M. McLuhan, *Wybór tekstów*, Warszawa 2001; M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa 2005. Marshall Mc Luhan zalicza do mediów wszystko, co ma jakikolwiek charakter znaku począwszy od liczby, stroju, aż po media elektroniczne, traktując media jako przedłużenie naszych zmysłów, możliwości poznawczych i działań, naszego ciała (*media as extensions of man*) i wychodząc z założenia, że samo medium staje się już informacją (*the medium ist the message*) – zob. M. McLuhan, *Understanding Media*, dz. cyt.

<sup>32</sup> Takie pojmowanie wiedzy o komunikowaniu masowym odzwierciedla stanowisko, że wiedza o komunikowaniu sprowadza się do prostego zsumowania poszczególnych ujęć (podejść) badawczych: językoznawczych, socjologicznych, historycznych itp. (por. V. Pietilä, *On the Scientific Status and Position of Communication Research*, Tampere 1977, s. 4).

<sup>33</sup> D. Krallmann, A. Ziemann, *Grundkurs Kommunikationswissenschaft*, dz. cyt., s. 12.

tycy czy inni specjaliści”<sup>34</sup>. W takich twierdzeniach jest niewątpliwie dużo racji, gdyż przestrzeń medialna, taka, jak ją próbowaliśmy określić we wcześniejszych analizach, ze względu na swój wielowymiarowy charakter, musi być badana narzędziami metodologicznymi wielu nauk, co nie wyklucza konieczności i potrzeby syntetycznego i całościowego spojrzenia na media i komunikację. Zadaniem mediologii i komunikologii jest dokonanie swoistej syntezy tych szczegółowych badań z zachowaniem metodologicznych odrębności poszczególnych płaszczyzn badawczych i pokazaniem interdyscyplinarnego charakteru przestrzeni medialnej.

Ta synteza i integracja dyscyplin badawczych może przybierać różne formy. Wymienimy kilka ujęć takich prób. Tomasz Goban-Klas w swoich analizach historii badań medialnych wyróżnia kilka form i płaszczyzn integracji, które nie mają tylko znaczenia historycznego, ale pojawiają się na różnych etapach badań medialnych, również na etapie współczesnym.

Najbardziej elementarną – odpowiadającą wspomnianej „eklektycznej” fazie rozwoju wiedzy o komunikowaniu masowym – jest tzw. synteza introligatorska, polegająca na luźnym gromadzeniu wyników badań różnych dyscyplin w ramach np. jednej książkowej syntezy, w nadziei, że już samo to zestawienie różnych koncepcji i wyników ułatwi ogarnięcie całej problematyki. Syntezy tego typu są szczególnie popularne w Stanach Zjednoczonych w zakresie ogólnej teorii komunikowania, której problematyka okazuje się najtrudniejsza do opanowania przez jedną dyscyplinę<sup>35</sup>. Drugą, lepszą formą współpracy interdyscyplinarnej jest metodycznie uporządkowana współpraca, w której dokonuje się najpierw wstępnego uzgodnienia koncepcji badań, a następnie wymiany wyników oraz próby ich wzajemnego uwzględniania w sporządzaniu końcowych syntetycznych opracowań. Przykładem takich działań mogą być studia porównawcze nad komunikowaniem w skali międzynarodowej, które są prowadzone według tych samych wzorów przez wielodyscypli-

---

<sup>34</sup> Por. *Podstawy komunikowania społecznego*, dz. cyt., s. 52–53.

<sup>35</sup> Przykładem może być tutaj zbiór prac *Approaches to Human Communication*, których przekrój tematyczny rozciąga się od cybernetyki i ogólnej teorii systemów do psychiatrii i patologii mowy (por. R. Budd, B. Ruben, *Approaches to Human Communication*, New York, Washington 1972).

narne zespoły w różnych krajach. Trzeci typ współpracy – jak pisze Goban-Klas – „polega na wykorzystaniu metodologii różnych dyscyplin nauk społecznych i humanistycznych dla studiów prowadzonych w ramach badań nad komunikowaniem. Poza stosowaniem ogólnej metodologii nauk społecznych przejawia się to także w stosowaniu metod analizy językoznawczej (w analizach zawartości) metod psychologicznych (w studiach nad recepcją), metod socjologicznych (w studiach nad odbiorem)”<sup>36</sup>. Ta współpraca interdyscyplinarna może osiągać coraz wyższy poziom metodologicznego uporządkowania. Ten wyższy poziom współpracy byłby możliwy do osiągnięcia wówczas, gdyby we wspólnych badaniach korzystano z systemów pojęciowych innych dyscyplin. Przykładem takich prób może być zjawisko semiotyzacji badań nad komunikowaniem, którą można uznać za jedną z prób znalezienia specyficznej perspektywy w badaniach nad komunikowaniem<sup>37</sup>. Najpełniejszą formą współpracy interdyscyplinarnej, najrzadziej jednak stosowaną, jest koncentrowanie się przedstawicieli różnych dziedzin na badaniu tego samego problemu, przy jednoczesnej pełnej koordynacji zarówno aparatury pojęciowej, metodologii, jak i postępowania badawczego, a następnie wspólnego przygotowania opracowania końcowego. Jest to kierunek, do którego, być może, powinny zmierzać badania nad komunikowaniem medialnym<sup>38</sup> oraz rozwój mediologii i komunikologii.

Burkart proponuje trzy płaszczyzny systematyzacji interdyscyplinarnych wysiłków badawczych: płaszczyznę poznania uniwersalnego mediów, płaszczyznę poznania funkcjonowania mediów, płaszczyznę szczegółowego poznania konkretnego medium<sup>39</sup>. Mediologia ma szansę stworzyć w ten sposób własny przedmiot analiz, ujmując media i komunikację medialną jako środek i formę komunikowania społecznego o charakterze masowym. Tak rozumianą problematykę mediów ujmuje się zasadniczo w czterech perspekty-

---

<sup>36</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt., s. 106.

<sup>37</sup> Usiłowania te są głównie dziełem badaczy francuskich, charakterystyczna jest np. zmiana nazwy *Centre d'Etudes des Communications de Masse* na *Centre d'Etudes Transdisciplinaires: Sociologie, Anthropologie, Semiologie* (por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt., s. 106).

<sup>38</sup> Por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt., s. 105–107.

<sup>39</sup> R. Burkart, *Kommunikationswissenschaft*, dz. cyt., s. 412 n.

wach: antropologiczno-aksjologicznej, socjologicznej, semiotycznej i technicznej. W przestrzeni medialnej, którą współtworzą media jako środki komunikacji medialnej, jest obecny indywidualny człowiek ze wszystkimi możliwościami swojej racjonalności (wymiar antropologiczny). Komunikacja medialna współtworzy przestrzeń społeczną przez relacyjny charakter procesów komunikowania się (wymiar socjologiczny). Media posługują się znakami i symbolami różnego typu i rodzaju, stając się w ten sposób nośnikami sensu i znaczenia (wymiar semiotyczny). Komunikowanie medialne wykorzystuje materialne, techniczne środki przekazu i łączności, które w oparciu o coraz doskonalsze technologie nadają procesom komunikacji charakter masowy (wymiar techniczny).

## **Płaszczyzny interdyscyplinarnych analiz mediologicznych**

Wszystkie wymienione wyżej perspektywy badawcze oraz elementy charakteryzujące proces komunikowania medialnego i współtworzące przestrzeń medialną stanowią szeroką platformę badań interdyscyplinarnych. Wykorzystywały one różne terminologie oraz metodologie w opisie mediów i ich roli w przestrzeni życiowej człowieka. W oparciu o to różnicujące kryterium możemy wyróżnić przynajmniej cztery perspektywy badań interdyscyplinarnych i transdyscyplinarnych: perspektywę katalityczno-psychologiczną, pragmatyczno-operacyjną, ideologiczno-ekonomiczną oraz kulturowo-semiotyczną. Prawie wszystkie teorie komunikowania masowego operują w przestrzeni tych perspektyw, ujmując media albo jako katalizator, narzędzie, towar, albo jako tekst<sup>40</sup>. Znaczenie i rola tych czterech koncepcji zmieniały się w miarę pojawiania się nowych ujęć badawczych, w miarę rozwoju nowych technologii komunikacji, jak również w kontekście pojawiających się różnych procesów rozwoju cywilizacyjnego. Interdyscyplinarne zaangażowanie badawcze w problematykę mediów zaawocowało w drugiej połowie XX wieku pojawieniem się samodzielnej dyscypliny akademickiej, komunikologii,

---

<sup>40</sup> S. R. Olson, *Teoria komunikowania: ponowne rozpatrzenie kwestii*, [w:] *Współczesne systemy komunikowania*, Wrocław 1998, s. 41–60; por. S. R. Olson, *Mass Media: A Bricolage of Paradigms*, [w:] *Human Communication as a Field of Study*, red. S. King, Albany–New York 1989, s. 57–83.

w której dominującą rolę odgrywało środowisko amerykańskie<sup>41</sup>, począwszy od etapu prekursorskiego amerykańskiego pragmatyzmu społecznego Johna Deweya, George'a H. Meada i Charlesa Cooleya i szkoły chicagowskiej z Robertem Parkiem zajmującym się zastosowaniem socjologii stosowanej w obszarze mediów. W latach trzydziestych i czterdziestych XX wieku rozpoczęło dynamiczną działalność amerykańskie centrum badań medialnych *Mass Media Research*, zajmując się na początku studiami pierwszych nośników komunikacji: filmem i radiem<sup>42</sup>. Ten trend badawczy wiązał się z naukową ak-

---

<sup>41</sup> Badania medialne prowadzone były również w Europie, szczególnie w okresie powojennym w trzech kręgach kulturowych: niemiecka szkoła frankfurcka, brytyjska szkoła studiów kulturowych i francuskie ośrodki badań medialnych o orientacji socjologii prasy oraz strukturalistyczno-semiotycznej. Dobek-Ostrowska pisze: „W początkowej fazie rozwoju była to dziedzina zdominowana przez uczonych amerykańskich lub emigrantów pracujących w Stanach Zjednoczonych (np. P. Lazarsfeld i K. Lewin). Nie oznacza to jednak, że w Europie nie było w tym czasie badaczy zajmujących się problematyką komunikowania. F. Balle okres między 1920 i 1940 r. nazywa „dialogiem między Europą i Nowym Światem” W tym czasie, kiedy w Stanach Zjednoczonych publikują swoje prace F. H. Lund, C. Hovland, H. Lasswell, a P. Lazarsfeld organizuje Biuro Społecznych Badań Stosowanych przy Columbia University, w Europie rozpoczyna działalność szkoła frankfurcka z M. Horkheimerem, T. Adorno i H. Marcuse na czele, w Paryżu powstają dwa prestiżowe instytuty badawcze: *Institut de science de la presse* (1937) i *Institut français d'opinion publique* (1938), a S. Tchakotine wydaje swoją książkę o propagandzie politycznej. Od samego początku widać jednak różnicę w metodologii, podejściach badawczych i zakresie badań między uczonymi pracującymi w Ameryce i w Europie. Ten wyraźny podział na nurt amerykański i europejski, który pojawił się w fazie *Mass Media Research*, nie osłabł w kolejnych okresach rozwoju nauki o komunikowaniu i praktycznie utrzymuje się do chwili obecnej. Z powodu tego rozbitcia istnieje pogląd, popularny zwłaszcza w środowisku amerykańskich uczonych z dziedzin pokrewnych, jak np. psychologia, socjologia, językoznawstwo, że komunikologia nie jest w rzeczywistości dyscypliną naukową i że, zgodnie z interpretacją Kuhna, jest to dziedzina przedparadygmatica” (por. F. Balle, *Médias et Sociétés. Presse. Audiovisuel. Télécommunications. Multimédia. Télématique*, Paris 1994, s. 3–6; *Nauka o komunikowaniu*, dz. cyt., s. 13). Tomasz Goban-Klas wyróżnia dwa różne nurty w ramach nauki o komunikowaniu na dwa nurty: amerykański i europejski (T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt., s. 83–109). „Bez przesady można powiedzieć, że do końca lat pięćdziesiątych badania nad komunikowaniem stanowiły amerykański monopol naukowy. (...) Dopiero w latach sześćdziesiątych powstały warunki sprzyjające podejmowaniu empirycznych badań nad komunikowaniem masowym w sposób systematyczny. Najwcześniej, co zrozumiałe, badania takie zostały rozwinięte w krajach Europy Zachodniej” (tamże, s. 97).

<sup>42</sup> Por. szczegóły historii badań nad mediami: T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt., s. 83–109; *Nauka o komunikowaniu*, dz. cyt.; D. McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, dz. cyt.



tywnością czterech uczonych, których uznaje się dziś za twórców nowoczesnej nauki o komunikowaniu medialnym: Harolda Lasswella (badania politologiczne), Kurta Lewina (badanie małych grup), Paula Lazarsfelda (badania empiryczno-sondażowe) i Carla Hovlanda (badania eksperymentalne). Konstruowali oni pierwsze modele i teorie komunikacji<sup>43</sup>, współtworząc ramy dla komunikologii jako autonomicznej dyscypliny akademickiej. W początkowej fazie rozwoju nauki o komunikowaniu pozycję uprzywilejowaną miały studia nad masowymi mediami, spychając na dalszy plan inne orientacje badawcze, np. historyczne czy kulturowe. W metodologii tych badań rolę wiodącą odgrywały badania eksperymentalne, metody ilościowe, stosowanie ankiet i danych statystycznych, zaś metody jakościowe zaś pojawiły się dopiero później, wraz z pojawieniem się krytycznego paradygmatu teorii mediów. W tym okresie powstało wiele niezmiernie wpływowych koncepcji oraz hipotez, określanych jako teorie komunikologiczne pierwszej generacji, jak chociażby omawiany przez nas model Lasswella czy koncepcje Lazarsfelda. Do dzisiaj pełnią one inspirującą i porządkującą rolę w programach badawczych. W latach pięćdziesiątych badania w ramach *Mass Communication Research* osiągnęły taki stopień rozwoju, który pozwolił na wyłonienie się już samodzielnej dziedziny badań naukowych nad komunikowaniem o szerszym spektrum przedmiotowego zainteresowania<sup>44</sup>. Komunikologia bywała określana jako obszar studiów zajmujących się naturą, procesem i systemem znaków wszystkich form komunikowania, z uwzględnieniem uwarunkowań podmiotowo-społecznych i czasowo-przestrzennych<sup>45</sup>. Nie jest naszym celem dokonywanie szczegółowych analiz historii badań nad mediami, która jest niewątpliwie bardzo interesująca, również z tej racji, że nie

---

<sup>43</sup> Por. *Podstawy komunikowania społecznego*, dz. cyt.; D. McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, dz. cyt., s. 1–162.

<sup>44</sup> Por. *Podstawy komunikowania społecznego*, dz. cyt., s. 51. Amerykańskie „mass media research” od samego początku rozwijały się jako studia interdyscyplinarne, zwłaszcza w zakresie trzech nauk: socjologii, psychologii i politologii. Żadna z tych nauk nie była jednak traktowana jako odrębna gałąź czy nawet jako odrębny dział wiedzy o komunikowaniu masowym, ale raczej były uważane za integralny składnik nowej dziedziny studiów (por. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, dz. cyt., s. 103).

<sup>45</sup> J. Watson, A. Hill, *A Dictionary of Communication and Media Studies*, London 1997, s. 45 (cyt. za: *Nauka o komunikowaniu*, dz. cyt., s. 13).

tylko pokazuje stan empirycznych badań i wiedzy o mediach w określonym, przecież nie tak odległym czasie ostatnich pięćdziesięciu lat, ale odzwierciedla, zwłaszcza na poziomie paradygmatów teorii medialnych, preferencje i orientacje filozoficzne samych badaczy oraz szkół i centrów badań medialnych. W każdym czasie tej nieodległej historii dominowały różne orientacje badawcze. „Podejście katalityczne dominowało – jak pisze Olson – w początkowych pracach teoretycznych do tego stopnia, że przez pierwsze dwadzieścia lat było dosłownie jedyną uznawaną koncepcją. Znane było ono jako «szkoła dominująca», gdyż przez wiele lat badania oparte na pozostałych trzech pojęciach nie były uznawane nawet wtedy, gdy je w ogóle zauważano i poddawano pod dyskusję. Gdy handlowcy, pracownicy reklamy, sieci telewizyjne i rządy zauważyły siłę procesu komunikowania, wzrosła jego ranga jako narzędzia, gdyż zaczęto finansować badania. Niestety, wiele projektów badawczych wywodzących się z tego podejścia zawiodło oczekiwania, zwłaszcza w obszarze międzynarodowego rozwoju. Proces komunikowania okazał się o wiele bardziej subtelny i niemożliwy do kontrolowania, niż zakładała to większość badaczy i sponsorów”<sup>46</sup>. Komerccjalizacja badań nad mediami, pragmatyczna orientacja zakładanych celów badawczych oraz wejście mediów na wolny rynek ekonomiczny sprawiły, że zaczęto media traktować jako towar dający się wartościować ekonomicznie. Koncepcja mediów jako narzędzi i jako towaru wzajemnie się uzupełniały, chociaż teoretyczne paradygmaty, które wypracowały takie ujęcia, wydawały się być wobec siebie nieprzystawalne, niekoherentne (np. paradygmat krytyczny i paradygmat technologiczny). W trakcie prób uczynienia z mediów tylko ideologicznych narzędzi często uważano je za towar. Mimo podstawowych różnic w ujęciach różnych koncepcji mediów końcowe wyniki ich analiz wydają się być czasem zbieżne. Dla przykładu, analiza technologiczna mediów w ujęciu McLuhana oraz podejście krytyczne szkoły frankfurckiej opierają się zasadniczo na krańcowo różnych założeniach. Natomiast końcowe wnioski wydają się być podobne: media zmieniają świat. W pierwszym przypadku, według myśli determinizmu technologicznego McLuhana, media jako narzędzia przekazu

---

<sup>46</sup> S. R. Olson, *Teoria komunikowania: ponowne rozpatrzenie kwestii*, art. cyt., s. 47.

wpływają na procesy cywilizacyjne i zmieniają świat w wymiarach kulturowych, w drugim przypadku, według neomarksistowskiej szkoły frankfurckiej, media jako narzędzia ideologii zmieniają świat w wymiarach społeczno-politycznych. Dziś wszystkie te orientacje znajdują swoje miejsce w fachowej literaturze, gdzie tezy i teorie o różnych filozoficznych proveniencjach pojawiają się obok siebie w monograficznych opracowaniach czy też w fachowych artykułach czasopism poświęconych komunikowaniu<sup>47</sup>. We współczesnej fazie badań nad mediami coraz większą rolę odgrywa ujęcie tekstualne i kontekstualne, zwłaszcza pod wpływem myśli postmodernistycznej i strukturalistycznej. Badania mediów z tej perspektywy, koncentrowanie się nie tyle na tekście, ile na kontekście przekazów medialnych jest swoistą współczesną postmodernistyczną modą i wyrazem wiary w to, że konceptualizacja tekstowa i kontekstowa może się bardziej przyczynić do zrozumienia procesów komunikacji w sytuacji coraz większego chaosu informacyjnego oraz nieczytelności i niezrozumiałości samych przekazów komunikacyjnych. Warto, chociażby szkicowo, zaprezentować najważniejsze wyznaczniki tych czterech orientacji badawczych.

### *Platforma katalityczna*

W perspektywie katalitycznej, czerpiącej swoje presupozycje najczęściej z psychologii, media rozumiane są i analizowane jako katalizator, który działa, stymulując lub wyzwalając odpowiednie reakcje odbiorców komunikatów medialnych. Każdy akt komunikowania rozpatrywany bywa jako bodziec wywołujący reakcję, która działa dialektycznie jako bodziec dla następnej reakcji. Wśród katalitycznych podejść można wyróżnić m.in. teorię propagandy Lasswella<sup>48</sup>, teorię dwuetapowego przepływu Katza i Lazarsfelda<sup>49</sup>, teorię wielo-

---

<sup>47</sup> Jedno z nich, uważane za najwybitniejsze amerykańskie czasopismo komunikowania masowego, bierze swoją nazwę z ujęcia mediów i procesów komunikacji medialnej jako towaru: „Critical Studies in Mass Communication”

<sup>48</sup> Zob. H. Lasswell, *Propaganda Technique in the World War*, New York 1927; H. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, [w:] *The Communication of Ideas*, dz. cyt., s. 37–51.

<sup>49</sup> Zob. E. Katz, P. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, Glencoe 1945.

etapowego przepływu Klappera<sup>50</sup>, różnic indywidualnych Schramma<sup>51</sup>, teorię katharsis Feshbacha<sup>52</sup> oraz teorię sygnałów agresji Berkowitza<sup>53</sup>. Wszystkie te teorie koncentrują się zasadniczo na badaniach oddziaływania mediów na człowieka i jego zachowanie, analizując pozytywny i negatywny, społeczny i psychologiczny wpływ procesu komunikowania na ludzkie zachowanie<sup>54</sup>.

### *Platforma pragmatyczno-operacyjna*

Z drugiej perspektywy badań, perspektywy pragmatyczno-operacyjnej, badacze komunikowania traktują media jako narzędzie pozwalające na sterowanie procesami komunikowania w celu uzyskania określonych skutków. Media traktowane są jako praktyczne narzędzie służące prowadzeniu określonych operacji-procesów komunikacji. Tak jak w przypadku podejścia katalitycznego media traktowane są jako instrumenty modyfikacji ludzkiego zachowania, ale ukierunkowanego na określony, pożądany cel i skutek. Podejście to czerpie swe presupozycje zasadniczo z psychologii, socjologii, a także z teorii zarządzania. Przykładem teorii pragmatyczno-operacyjnych są koncepcje funkcjonalistyczne, takie jak: teoria korzyści i gratyfikacji Blumlera i Katza<sup>55</sup>, teoria dyfuzji Rogersa<sup>56</sup>, teoria tradycyjnego rozwoju Lenera, Schramma i Poola<sup>57</sup>, teoria krytycznego rozwoju Hettne'a<sup>58</sup>, teoria kodów normalizujących Lewina<sup>59</sup> czy teo-

---

<sup>50</sup> Zob. J. Klapper, *The Effects of Mass Communication*, New York 1960.

<sup>51</sup> Zob. W. Schramm, *Mass Communications*, Urbana IL 1949.

<sup>52</sup> Zob. S. Feshbach, *The Stimulating Versus Cathartic Effects of a Vicarious Aggressive Activity*, „Journal of Abnormal and Social Psychology” 63 (1961), s. 381–385.

<sup>53</sup> Zob. L. Berkowitz, *Aggression: A Social Psychological Analysis*, New York 1962.

<sup>54</sup> Por. S.R. Olson, *Teoria komunikowania*, art. cyt., s. 45.

<sup>55</sup> Zob. J. Blumler, E. Katz, *The Uses of Mass Communication*, Beverly Hills 1974.

<sup>56</sup> Zob. E. Rogers, *The Diffusion of Innovations*, New York 1971<sup>5</sup>; E. Rogers, *The Communication of Innovations*, New York 1983.

<sup>57</sup> Zob. D. Lerner, *Communication and Development*, [w:] *Communication Research: A Half-Century Appraisal*, red. D. Lerner, L. Nelson, Honolulu 1977, s. 148–166; W. Schramm, *Mass Communications*, Urbana 1949; W. Schramm, *Mass Media and National Development*, Stanford 1964; I. de Sola Pool, *Technology and Policy in the Information Age*, [w:] *Communication Research*, dz. cyt., s. 161–179.

<sup>58</sup> Zob. B. Hettne, *Current Issues in Development Theory*, Stockholm 1978.

<sup>59</sup> Zob. K. Lewin, *Resolving Social Conflicts: Selected Papers on Group Dynamics*, New York 1948.

ria grupowego myślenia Janisa<sup>60</sup>. Do tego nurtu można zaliczyć również wiele teorii z obszaru komunikowania interpersonalnego oraz komunikowania grupowego i publicznego oraz instytucjonalno-organizacyjnego: Rogersa, Jourarda, Hartsa i Burksa, Neumana i Morgensterna<sup>61</sup>. Wspólną cechą tych podejść jest przekonanie, że każdy proces medialnej komunikacji ukierunkowany jest na konkretny, założony już wcześniej, cel<sup>62</sup>.

### *Platforma ideologiczno-ekonomiczna*

Z trzeciej perspektywy, ideologiczno-ekonomicznej, traktuje się proces komunikacji medialnej jako towar, coś, co ma wartość własną lub przypisaną wartość wymienną, coś, co można sprzedać lub kupić, również ze względów kulturowo-ideologicznych. Badania koncentrują się na wartości ekonomicznej treści komunikatów medialnych oraz ich konotacji ideologicznej. Presupozycje tych teorii pochodzą z kręgu teorii polityczno-ekonomicznych, takich jak szkoła frankfurcka czy brytyjska szkoła studiów kulturowych. Olson zalicza również do tej grupy ujęć medialnych koncepcję technologicznego determinizmu szkoły toronckiej McLuhana<sup>63</sup>, teorię krytyczną Schillera<sup>64</sup>, studia skoncentrowane na projektowaniu i wytwarzaniu przekazywanego komunikatu Gitlina<sup>65</sup> i Tuchmana<sup>66</sup>. Przykłady podejścia do procesu przekazu jako towaru można znaleźć również w innych obszarach teorii komunikowania, włączając w to teorię wzajemnych relacji Batesona<sup>67</sup>, teorię trwałości grup Cattella<sup>68</sup>. Wspólną

---

<sup>60</sup> Zob. L. Janis, *Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign Decisions and Fiascos*, Boston 1982.

<sup>61</sup> Zob. bibliografię: S. R. Olson, *Teoria komunikowania*, art. cyt., s. 57–60; por. również: E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, Gdańsk 2003, s. 233–338.

<sup>62</sup> Por. S. R. Olson, *Teoria komunikowania*, art. cyt., s. 46.

<sup>63</sup> Tamże. Zob. również: M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, dz. cyt. Zaklasyfikowanie przez Olsona orientacji determinizmu technologicznego do perspektywy ideologiczno-ekonomicznej wydaje się być bardzo przypadkowe i zasadniczo błędne.

<sup>64</sup> Zob. H. Schiller, *Mass Communication and American Empire*, Boston 1969.

<sup>65</sup> Zob. T. Gitlin, *Inside Prime Time*, New York 1983.

<sup>66</sup> Zob. G. Tuchman, *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York 1978.

<sup>67</sup> Zob. G. Bateson, *Naven*, Stanford 1958.

<sup>68</sup> Zob. R. Cattell, *Concepts and Methods in the Measurement of Group Sunitality*, „Psychological Review” 55 (1948), s. 48–63.

cechą tych teorii są presupozycje ideologiczne, ekonomiczne oraz technologiczne dotyczące całościowo ujmowanych skutków medialnej komunikacji na wszystkich etapach jej urzeczywistniania się<sup>69</sup>

### *Platforma kulturowo-semiotyczna*

Czwartą perspektywą badawczą mediów jest ujęcie kulturowo-semiotyczne, traktujące analizę procesów komunikowania jako analizę tekstu i kontekstu komunikatów medialnych. Łączy ono podejścia badające właściwości lingwistyczne i semiotyczne samej wypowiedzi w kontekście odbiorcy indywidualnego czy grupowego. Wiele specyficznych teorii i koncepcji w tej perspektywie wywodzi się z kręgu postmodernistycznego krytycyzmu literackiego, filozofii postmodernizmu, strukturalizmu czy konstruktywizmu. Olson zalicza do tej grupy teorii: analizę treści Gerbnera<sup>70</sup>, teorię kultury popularnej Caweltiego<sup>71</sup> i Newcomba<sup>72</sup>, teorię determinizmu estetycznego Ellisa<sup>73</sup>. Zalicza tu również, przykładowo, teorie z kręgu strukturalizmu: np. Hawkesa<sup>74</sup>, semiotyki: np. Williamsona<sup>75</sup>, narratologii: np. Chatmana<sup>76</sup> i poststrukturalizmu: np. Holuba<sup>77</sup>. Teorie te próbują z perspektywy semiotycznej analizować prawie wszystkie rodzaje komunikowania: medialne, interpersonalne, kulturowe, społeczne itp.<sup>78</sup>

### *Platforma postmodernistyczna*

Obok empirycznych badań medialnych i metodologicznie dopracowanych teorii mediów pojawiło się na przełomie wieków całe

---

<sup>69</sup> Por. S. R. Olson, *Teoria komunikowania*, art. cyt., s. 46.

<sup>70</sup> Zob. G. Gerbner, O. Holsti, K. Krippendorff, W. Paisley, P. Stone, *The Analysis of Communication Content*, New York 1969.

<sup>71</sup> Zob. J. Cawelti, *Adventure, Mystery, and Romance*, Chicago 1976.

<sup>72</sup> Zob. H. Newcomb, *Television: The Critical View*, New York 1979<sup>2</sup>.

<sup>73</sup> Zob. J. Ellis, *Visible Fictions*, London 1982.

<sup>74</sup> Zob. T. Hawkes, *Structuralism and Semiotics*, Berkeley 1977.

<sup>75</sup> Zob. J. Williamson, *Decoding Advertisement: Ideology and Meaning in Advertising*, New York 1984.

<sup>76</sup> Zob. S. Chatman, *Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film*, Ithaca 1980.

<sup>77</sup> Zob. R. Holub, *Reception Theory*, London 1984.

<sup>78</sup> Por. D. McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, dz. cyt., s. 1–162; S. R. Olson, *Teoria komunikowania*, art. cyt., s. 46–47.

spektrum luźnych refleksji nad mediami czy też refleksji w kontekście mediów. Z perspektywy dzisiejszego stanu analiz medialnych można te refleksje zaklasyfikować do nowej płaszczyzny refleksji medialnej, refleksji postmodernistycznej, która zgodnie ze swoją ulubioną tendencją zacierania granic metodologicznych i negowania racjonalności próbuje wszystkie orientacje scalać w jedną wizję, tworząc intelektualny chaos i metodologiczny zamęt. Dla przykładu praca Baudrillarda<sup>79</sup> łączy elementy semiotyki z technologicznym determinizmem, zbliżając do siebie koncepcje towaru i tekstu. Teoria gry Stephensona<sup>80</sup> jest podejściem zarówno katalitycznym, jak i tekstowym. Koncepcja „telewizji lirycznej” Fiske’a<sup>81</sup> i Hartleya<sup>82</sup> odzwierciedla założenia katalityczne i towarowe, a także szeroko stosuje metody tekstowe. Perspektywa postmodernistyczna w badaniach mediów, chociaż wizjonersko jest atrakcyjna, to jednak metodologicznie jest często nieuporządkowana i niejasna. Nie można na niej opierać w przyszłości poważnych badań medialnych, dlatego – jak pisze Olson – „wydaje się oczywiste, że same presupozycje i organizacja strukturalna (...) teorii komunikowania wymagają ponownego rozważenia. Można zacząć od metodologii stosowanych w tej dziedzinie”<sup>83</sup>. Spróbujemy zatem, zgodnie z sugestią Olsona, spojrzeć, z trochę większego dystansu na badania medialne z perspektywy stosowanej w nich metodologii.

## Kryteria metodologiczne problematyki medialno-komunikacyjnej

Próba samookreślenia przedmiotowego zakresu i specyfiki nauki o mediach i komunikacji medialnej wskazuje na jej problemowe ukierunkowanie. Mediologia jawi się jako dyscyplina wieloparadygmatowa – jak już to wcześniej analizowaliśmy – pozwalająca na ko-

---

<sup>79</sup> Por. J. Baudrillard, *Simulations*, New York 1983.

<sup>80</sup> Por. W. Stephenson, *The Play Theory of Mass Communication*, New Brunswick 1988.

<sup>81</sup> Por. J. Fiske, J. Hartley, *Reading Television*, London 1978; J. Fiske, *Augenblicke des Fernsehens*, [w:] *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*, red. C. Pias, J. Vogl, L. Engell, O. Fahle, B. Neitzel, dz. cyt., s. 234–254.

<sup>82</sup> Por. J. Fiske, J. Hartley, *Reading Television*, dz. cyt.

<sup>83</sup> S. R. Olson, *Teoria komunikowania*, art. cyt., s. 47.

egzystencję wykluczających się teorii i modeli, o ile pozostają one w metodycznie określonym związku z problematyką medialną. Problematyka ta obejmuje zarówno empiryczny materiał badań, jak i teoretyczne założenia i modele zakorzenione w konkretnym paradygmacie. U podstaw nauki o mediach znajduje się zasadnicze założenie, że komunikacja medialna jest związana z działaniem człowieka. Wszystkie procesy komunikacyjne mają sens w kontekście człowieka i jego działania.

Spektrum problematyki mediów i komunikacji społecznej jest bardzo bogate. Istnieje wiele prób klasyfikacji i systematyzacji tych zagadnień w ramach nauki o mediach i komunikacji społecznej<sup>84</sup>. W zależności od przyjmowanych kryteriów klasyfikacji można prezentować różne kategorie, bloki czy grupy teoretycznych ujęć i orientacji. Często na tej samej płaszczyźnie stawia się obok siebie teorie o różnym statusie naukowym<sup>85</sup>. Faulstich proponuje ciekawą metodologię nauk medialnych opartą na trzech faktorach: integratywności – kryterium interdyscyplinarnego ujmowania szczegółowych zagadnień medialnych, problemowości – próba klasyfikacji ze względu na zorientowanie problemowe, strukturze modułowej – kryterium porządkujące różnorodność wiedzy medialnej i nauk o mediach wokół kategorii tematycznych, tzw. modułów. W oparciu o takie kryteria porządkujące rozróżnia on następujące moduły nauk o mediach: media (komunikacja medialna), metodologia mediów (teorie mediów), produkty medialne (film, radio, telewizja, internet), historia mediów, funkcjonowanie mediów (media masowe i publiczne), organizacja mediów (systemy i organizacje medialne), recepcja mediów (audytorium, odbiorcy)<sup>86</sup>.

Porządkując obszar metateoretycznych analiz medialnych, należałoby dokonać wyraźnego odróżnienia zarówno samych obszarów badań medialnych od wypracowanych i stosowanych w nich teorii, klasyfikując poszczególne teorie medialne według określonych kryteriów. W ten sposób możemy je uporządkować, zaliczając je do róż-

---

<sup>84</sup> Por. W. Faulstich, *Einführung in die Medienwissenschaft. Probleme – Methoden – Domänen*, München 2002; *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, red. K. Merten, S. J. Schmidt, S. Weischenberg, Opladen 1994.

<sup>85</sup> Por. M. Löffelholz, T. Quandt, *Kommunikationswissenschaft im Wandel*, art. cyt., s. 19.

<sup>86</sup> Por. W. Faulstich, *Einführung in die Medienwissenschaft*, dz. cyt., s. 17–347.



nych kategorii teoretyczno-empirycznych analiz. Jedną z propozycji metodycznej klasyfikacji jest zastosowanie tzw. kryterium klasyfikacyjnego, opartego na charakterze naukowym poszczególnych analiz i ich przedmiotowym zakresie<sup>87</sup> Według tego kryterium można wyróżnić pięć płaszczyzn teorii medialnych. W pierwszym ujęciu mamy do czynienia z obszarem szczegółowych teorii medialnych, np. teoria filmu, radia, telewizji. Do drugiej grupy możemy zaliczyć ogólne teorie komunikacji medialnej lub teorie mediów konstruowane dla wyjaśnienia procesów masowej komunikacji i funkcjonalności mediów. Trzecim obszarem są teorie mediów tworzone z perspektywy społeczno-kulturowej, analizujące procesy komunikacji medialnej w ogólnych ramach społeczno-kulturowych. Czwartą grupą teorii mediów są ujęcia systemowe, traktujące media i komunikację medialną jako integralną część wszystkich działań komunikacyjnych jednostki i społeczności. Piątą grupę stanowiłyby tzw. nowe teorie medialne, które Faulstich nazywa nawet pseudoteoriami mediów, zaliczając do nich teoretyczne konstrukcje autorów z obszaru szeroko rozumianej mentalności postmodernistycznej.

Wszystkie próby metodologicznego porządkowania teorii mediów wskazują na bogaty, wielowymiarowy charakter mediów i wielowymiarowy, interdyscyplinarny charakter badań nad nimi, owocujący szerokim spektrum problematyki badawczej. Nasze analizy wskazują na konieczność szerszego spojrzenia na problematykę mediów i komunikacji społecznej, zarówno z perspektywy metodologii nauki, jak i, w mniejszym wymiarze, z perspektywy socjologii nauki. To spojrzenie pozwala ująć bogatą przestrzeń teoretycznej refleksji nad mediami przy pomocy zmodyfikowanych schematów metodologicznej klasyfikacji, na interdyscyplinarnej metodycznie i integralnej przedmiotowo płaszczyźnie nauk o mediach i komunikacji społecznej, której zarówno status poznawczy, jak i narzędzia metodologiczne mieszczą się w ramach metodologii nauki o charakterze inter- i transdyscyplinarnym.

---

<sup>87</sup> Por. *Grundwissen Medien*, red. W. Faulstich, München 2000<sup>4</sup>, s. 22 n.

## Zakończenie

Wielowymiarowość zagadnień i problemów medialnych oraz różnorodność przestrzeni badawczych wskazuje na interdyscyplinarny charakter mediów. Nasze analizy miały na celu pokazać poszukiwanie statusu nauki o mediach i komunikacji społecznej, także w kontekście sporu o interdyscyplinarność badań medialnych. Niezależnie, nowe technologie medialne oraz wiele innych procesów rozwoju cywilizacyjnego zmieniło uwarunkowania naukowego podejścia do mediów i komunikacji medialnej. Wiele zjawisk i tendencji generowanych przez media musi być zatem, z racji ich różnorodności i wieloaspektowości, przedmiotem analiz różnych nauk, lub jednej nauki o charakterze interdyscyplinarnym. Tę rolę interdyscyplinarnej platformy mogą i powinny wypełniać współczesne nauki o mediach i komunikacji: komunikologia i mediologia. W dyskursie wokół interdyscyplinarności badań medialnych zarysował się szeroki konsensus – który również popieramy – dla uznania nauki o komunikowaniu jako dziedziny badań interdyscyplinarnych, opartej na empirycznie zorientowanych naukach socjologicznych i charakteryzującej się szerokim socjologiczno-psychologiczno-filozoficznym kontekstem oraz zakorzenieniem, oraz uznania jej jako dziedziny o pragmatycznej funkcjonalności i epistemologiczno-metodologicznej ścisłości.

# **Discourse on the Rank of Mass Media and Social Communication Studies Summary**

A multi-dimensional character of the issues and problems connected with mass media and a diversity of the fields of research indicate an interdisciplinary character of mass media. The aim of our analyses was to show the search for the rank of studies on mass media and social communication, also in the context of a dispute on the interdisciplinary character of media research. Undoubtedly, new media technologies, as well as many other processes of civilizational development have changed the conditions of scientific approach to media and media communication. Considering their diversity and multi-aspect character, a lot of phenomena and trends generated by mass media have to be the subject of an analysis of various sciences or of one interdisciplinary science. The role of an interdisciplinary platform can and indeed should be played by modern sciences studying media and communication: communicology and mediology. A broad consensus, which we also support, has been reached in the discourse on the interdisciplinary character of media research to recognize communication science as a field of interdisciplinary research, based on empirically oriented sociological sciences and characterized by a wide sociological, psychological and philosophical context and roots, and to recognize it as a field of pragmatic functionality and epistemological and methodological accuracy.