

**Marek Cieśliński**

Wrocławska Akademia Biznesu w Naukach Stosowanych

ORCID: 0000-0002-5687-2559

## **Forma mocno skondensowana. Kompetencje audiowizualne w dobie TikToka**

Niektóre istotne kompetencje użytkowników mediów społecznościowych stale maleją. Zwłaszcza te dotyczące tworzenia tekstów audiowizualnych, czyli różnego rodzaju filmów publikowanych w sieci, a realizowanych smartfonem, którego dziś używamy częściej niż pióra czy kartki papieru. Sposób opowiadania znacząco się zmienia, i to w bardzo krótkim czasie. Kwalifikacje niezbędne do poprawnego posługiwania się nowoczesnymi środkami przekazu dotyczą umiejętności ich obsługi, należytego odbioru dostarczanych treści i świadomości płynących z nich zagrożeń, a także zdolności tworzenia poprawnych wypowiedzi, które mogą stać się zauważalne i potrzebne. W niniejszej pracy skoncentruję się właśnie na tym ostatnim polu, odnosząc się do własnych doświadczeń zaczerpniętych z dydaktyki akademickiej. Wskażę, które obszary tworzenia narracji ruchomym obrazem i dźwiękiem wydają się dziś wśród uczniów/studentów niedostatecznie opanowane oraz jakie kompetencje medialne są szczególnie istotne dla tworzenia przekazów realizowanych na potrzeby platform interaktywnych. Zaproponuję również zwrócenie większej niż dotąd uwagi na praktyki wychowawcze przygotowujące młodych nadawców do efektywnej obecności we współczesnym pejzażu medialnym.

Sześć lat, jakie upłynęły od 2016 roku, kiedy na rynku pojawił się TikTok, to dla młodzieży cała epoka, trzecia część jej życia. Stworzona w Chinach platforma komunikacyjna, nastawiona na rozwijanie więzi społecznych, od początku zwrócona była ku rozrywce. Jej stylistyka narzuciła autorom ograniczenia czasowe – do maksymalnie kilkudziesięciu sekund. Aby umożliwić skuteczną i szeroką dyfuzję treści w warunkach ich powszechnej nadprodukcji, czas absorbowania uwagi odbiorcy został ograniczony drastycznie. W stosunku do przekazów filmowych zamieszczanych wcześniej na YouTube czy Facebooku nastąpiła istotna zmiana jakościowa. Nowe tempo opowiadania zyskało u młodzieży powszechną aprobatę, szybko się upowszechniło, zdobyło globalną popularność. Zadziałało jednak w dwie strony: otwierając nowe możliwości – np. poszukiwania rozwiązań gatunkowych i subgatunkowych dla tego skrótowego medium – zarazem drastycznie przyczyniło się do ograniczenia możliwości percepcyjnych nadawców

i odbiorców filmików sieciowych. I nawet jeżeli w ostatnim czasie właściciel platformy wydłużył maksymalny czas pokazywanych filmów do 7, a nawet 10 minut – choć zrobił to głównie z przyczyn komercyjnych, związanych z czasem potrzebnym na zamieszczenie reklam – mleko się już rozlało, czyli przyzwyczajenie do mocno okrojonych rozmiarów komunikatu zakorzeniło się w upodobaniach użytkowników sieci.

Audiowizualizacja przestrzeni komunikacyjnych, zarówno biznesowych, jak prywatnych, jest faktem, wzmacnianym zresztą poprzez postępujące zubożenie umiejętności językowych (w obszarze mówionym i pisanym) wśród ludzi młodych. Niechęć do wypowiedzi pisemnych, a także stale malejące kompetencje leksykalne i stylistyczne upraszczają zwyczajowe kanony porozumiewania się. Używanie ilustracji/zdjęć, emotikonów, skrótów językowych i różnego rodzaju zapożyczeń (np. anglicyzmów) wyznacza aktualne standardy współczesnego języka potocznego, sprawiając, że obrazowość przekazu, wyrażana najczęściej fotografią lub filmem, staje się normą, której podlegamy wszyscy, niezależnie od wieku. Uprawianą przez wieki sztukę epistolarną dawno zamieniliśmy na skrótość informacji sms lub mms, a usługi listonosza – w dużym zakresie na szerokopasmowy Internet. Nie przekonaliśmy jednak w równie istotnym stopniu priorytetów kształcenia, szczególnie w odniesieniu do mediów. Tymczasem realne potrzeby komunikacyjne młodych ludzi są daleko inne niż w momencie, gdy formułowane były podstawy obowiązujących ścieżek edukacyjnych. Potwierdzają to zróżnicowane opinie pracowników nauki zebrane w opracowanym przez Macieja Tanasia tomie *Technologie informacyjno-komunikacyjne w edukacji*, przygotowanym tuż przed wybuchem pandemii COVID-19, która, jak wiadomo, w ciągu dwóch lat jeszcze bardziej uwypukliła rolę mediów we wszystkich aspektach życia. Odnosząc się do postawionego w przytoczonej dyskusji pytania o możliwość zmiany podstawy i założeń programowych kanonu kształcenia ogólnego dzięki możliwościom oferowanym przez technologie cyfrowe, Anna Granat słusznie zauważyła, że mimo powszechnej dostępności wśród uczniów rozmaitych i zaawansowanych technologicznie urządzeń elektronicznych „[...] w wielu szkołach istnieją zakazy używania ich w czasie lekcji. Powinno być zupełnie inaczej. Już od poziomu przedszkolnego dzieci powinny być przygotowywane do korzystania z najnowszych technologii cyfrowych, ponieważ często są pozostawiane same w tym obszarze i mogą przy takim samouctwie wyrobić sobie niekorzystne nawyki lub wręcz być narażone na rozmaite niebezpieczeństwa” (Granat 2020: 105–106). Dalej – odnosząc się do edukacji szkolnej – dyskusantka zwróciła uwagę na „bezwzględną konieczność” podzielenia programu kształcenia w zakresie języka polskiego na dwa odrębne – „język polski – przedmiot humanistyczny rozumiany jako komunikowanie bezpośrednie” i „komunikowanie społeczne (nauka o mediach i komunikowaniu społecznym)”. Podzielając jej pogląd, kładę nacisk – zwłaszcza na poziomie kształcenia akademickiego – na szerszy niż dotąd przekaz wiedzy i rozwój umiejętności w zakresie komunikatów audiowizualnych i systemowe włączenie niektórych urządzeń mobilnych (smartfonów przede wszystkim) do zestawu planowego instrumentarium technicznego wykorzystywanego w pracy dydaktycznej.

Kompetencje medialne, z natury wymagające dużej elastyczności, są rozmaicie ograniczane. Jednym ze sposobów jest wspomniany już krótki przeciętny rozmiar standardowej wypowiedzi medialnej, drugim fakt, że rozwiązania stylistyczno-gramatyczne, niezbędne do zbudowania komunikatu, w mniejszym niż do tej pory stopniu zależą od autora, coraz częściej natomiast wynikają z rozwiązań predefiniowanych przez

twórców sprzętu lub oprogramowania. W iPhonech tworzenie treści może być dziś ograniczane do wyboru jednego z predefiniowanych trybów opowiadania, np. w stylu relacji, zapowiedzi, klipu muzycznego, żartobliwego stand-upa czy instruktażu. W zależności od wybranej opcji oprogramowanie podpowiada plan ujęcia, jego długość oraz – na przykład – dobór kadrów sąsiadujących. Edytowanie treści ruchomych obrazów, wymagające dotąd znajomości wypracowanych przez stulecie reguł gramatycznych kina – o ile miało być akceptowane przez publiczność, dzisiaj pozostaje często w rękach informatyków i konstruktorów urządzeń. Świadomym użytkownikiem kodów i stylów gatunkowych oraz twórcą narracji ruchomych obrazów staje się w istocie programista przygotowujący rozwiązania dla mniej dociekliwych użytkowników (a mało dociekliwi bywamy wszyscy).

Tymczasem forma opowiadania video w mediach społecznościowych, jako naturalna przestrzeń komunikowania się nastolatków, pochodzi w istocie z (samo)edukacji medialnej, która nierzadko rozpoczyna się od Snapchata, aplikacji mobilnej dedykowanej dla filmów i zdjęć, odnotowującej do niedawna rekordy zainteresowania, angażującej uwagę przede wszystkim młodszych użytkowników, i skutecznie wzmacniającej obowiązującą już kulturę dominacji **krótkich filmów**, którą wraz z wiekiem internauta rozwija i kontynuuje na Instagramie. Tak powstaje współczesna forma wyrazu i prędej lub później staje się normą. Ta zaś wyznacza styl, a więc charakterystyczne dla autora środki wyrazu, poetykę – funkcjonalne i estetyczne sposoby organizacji utworu, czy kaligrafię – staranność i precyzję w tworzeniu poszczególnych fragmentów wypowiedzi lub ich brak. Wartości formalne odnośnie do krótkich form audiowizualnych przeznaczonych dla mediów społecznościowych nie są jednak **skodyfikowane**, a gramatyka tego obszaru komunikowania jest hybrydowym i niejednoznacznym tworem, czerpiącym zarówno z dorobku tradycyjnej kinematografii, jak i telewizji oraz branży estradowej. Zasady tworzenia syntagm i ewentualne dobre praktyki w tym obszarze wykorzystywane są intuicyjnie przez szeroko rozumianych użytkowników. Język dynamicznych i z definicji nastawionych na stałe przeobrażenia social mediów tworzony jest *ad hoc*, ale jednak odnosi się do stworzonego wcześniej kontekstu audiowizualnego. Aktywni użytkownicy sami tworzą nowe reguły formalne, znajdują i stosują coraz to nowsze (w określonych jednak granicach) rozwiązania. Nie wydaje się jednak, by postrzegali wykorzystywane przez siebie ruchome obrazy i dźwięki, poddawane różnym konfiguracjom montażowym i przeróbkom estetycznym, jako elementy składniowe rozbudowanego **kodu językowego**. A przecież tworzywo audiowizualne mediów społecznościowych, niezależnie od swojej aktualnej skrótowości, jest językiem. I jako taki podlega określonym zależnościom, normatywom i standardom lingwistycznym. Jerzy Płazewski, autor fundamentalnego w polskim piśmiennictwie filmoznawczym *Języka filmu*, jednoznacznie określił kodyfikacyjne reguły sztuki X muzy jako fundamentalne dla tego środka wyrazu, podkreślając równocześnie niepodważalną konieczność nauki ich stosowania:

Język filmowy jest już wcale giętki i niezłe wykształcony. Znaczy to, że jego formy są liczne i różnorodne. Postęp – jak mamy prawo przewidywać – polegać będzie na coraz subtelniejszym stosowaniu owych form. Skoro tak, to języka filmowego trzeba się uczyć. Nie wymagamy od pisarzy, by pisali historyjki obrazkowe dla półanalfabetów. Ale z drugiej strony nie namawiamy półanalfabety, by czytał Kafkę czy Gombrowicza (Płazewski 2008: 33).

Podzielał ten pogląd – mimo jego radykalności – obserwując wspomnianą wyżej praktykę budowania obrazowych wypowiedzi-„filmików” na bazie rozwiązań, które zaproponował użytkownikowi fabryczny programista.

Specyfiką krótkich filmów – ale tych realizowanych profesjonalnie, dla kina lub telewizji – jest wysoka jakość obrazu, dynamiczny zazwyczaj montaż wykorzystujący zróżnicowanie planów oraz dbałość o szczegóły, które mają przenieść maksimum informacji w skrajnie krótkim, nieraz ograniczonym do sekund, czasie trwania ujęcia. Nie są to jednak deskryptory stylistyczne TikToka. W tym popularnym medium społecznościowym, gdzie nadal dominują utwory nieprzekraczające jednej minuty, trudniej zobaczyć publikacje złożone z kilkadziesiątu ujęć, które realnie można pokazać w ciągu 60 sekund. Tu skala złożoności jest mniejsza. Większość napotykanych obecnie w sieci przekazów stanowią proste obrazy zbudowane z pojedynczych ujęć. Filmy wykorzystujące szybki montaż, kompozycję wewnątrzkadrową, umieszczające obraz w obrazie, posługujące się animowaną grafiką, a nawet wprowadzające dialogi, trafiają się rzadziej. To, że są, dowodzi jednak, że ich autorów interesuje wykorzystywanie nieco bardziej rozbudowanej składni – o ile można tak mówić o tych bardzo przecież powierzchownych formach. Im jednak większe ograniczenia medium nakłada, tym lepsze musi być – moim zdaniem – przygotowanie do posługiwania się nim. Zwłaszcza że ze swej natury medium to sugeruje niemal zamianę rozbudowanych niegdyś wypowiedzi w ujęcia-klucze, a nawet bodźce lub sygnały.

Podczas zajęć dydaktycznych prowadzonych niedawno ze studentami drugiego roku zarządzania przekonałem się, że perswazyjny, agresywny, ale i bogaty w treści, dynamiczny film promocyjny o długości 6 minut oglądali oni niechętnie i ze zniecierpliwieniem. Uważali, że dla czytelności przekazu wystarczyłby film jednodominutowy. Ich niezadowolonia nie odebrałem jednak jako dowodu wysokiej kompetencji nadawczo-odbiorczej, pozwalającej w mgnieniu oka przeświecić intencje autora obojętnej reklamówki, lecz jako ograniczoną zdolność percepcji. To w popularności TikToka upatruję umiarkowaną dziś przyswajalność informacji – a nawet celową chęć ograniczania nadmiaru otrzymywanych bodźców, zwłaszcza krótszą zdolność utrzymania uwagi na przekazie, kiedy ten odbiega od oczekiwanej normy. W ocenie dwudziestolatków, z którymi miałem możliwość pracować, przekaz ma być szybki i jednoznaczny. Nadmiar informacji okazuje się ciężarem.

Należy tu dodać, że branża edukacyjna sama poniekąd przyczynia się do tej komunikacyjnej symplifikacji, tworząc, oferując, promując i wykorzystując aplikacje i programy komputerowe dedykowane do sporządzania uproszczonych syntez, skrótowych podsumowań (np. z zajęć dydaktycznych) i innych różnego rodzaju „pigulek”, przerzucających zresztą zadanie sporządzania notatek czy sprawozdań na nauczycieli. Kiedy niedawno uczestniczyłem w prezentacji produktów przez jedną z firm softwarowych, prowadzący spotkanie przekonywał, że studenci marzą, by uzyskać od wykładowcy prostą i jednoznaczną informację: „tak” lub „nie”. „Like” lub „hate”. Prelegent odwoływał się do znajomości rynku, na którym wyrosła już generacja nadawców i odbiorców nastawiona przede wszystkim na konkret, czytelność, skrótowość, a zwłaszcza pragmatyzm podejmowanych działań – także w zakresie samodzielnego zaangażowania się oraz zarządzania własnym czasem.

W jak dużym stopniu stylistyka TikToka wpłynęła na przestrzeń komunikacyjną, pokazują nowości sieciowe. Świeżym standardem Facebooka/Mety, u nas od wiosny

2022 r., są rolki/krótkie filmy, które na pewien czas mogą stać się kolejnym popularnym formatem przekazu. Od dotychczasowych filmowych tekstów zamieszczanych na Fb różnią się bardzo: narzucają jeszcze większą niż dotąd skrótowość przekazu, wymuszają jednowątkowość treści, nie wymagają zróżnicowanych przygotowań warsztatowych. Trudno porównywać publikowane obecnie na Facebooku „rolki” i wielowątkowe relacje dominujące na tej platformie zaledwie kilka lat wcześniej. Czy budowanie pogłębionych treści nie staje się przez to dziś trudniejsze? Konia z rzędem temu, kto w tiktokowych „krótkich filmach” i fejsbukowych „rolkach” znajdzie przykłady dialogu z innymi niż obecne regułami gatunkowymi, oryginalnymi rozwiązaniami stylistycznymi i estetycznymi; kto przykładowo znajdzie celowe i świadome nawiązania do tekstów kultury czy wybranych tekstów z historii telewizji lub kina. Lakoniczna forma zazwyczaj wymaga pogłębionej znajomości warsztatu i świadomości tworzywa. Tej coraz częściej brak.

Podobnie dzieje się w innych przestrzeniach społecznościowych, które kształtują nawyki użytkowników, wpływają na strategie marketingowe organizacji biznesowych, ale też kształtują powszechne preferencje estetyczne. Tu Instagram jest przestrzenią, która po latach zapomnienia przywróciła do popularności różnego rodzaju filtry fotograficzne, wyznaczając obecne standardy audiowizualnego piękna, ale też przypominając, jak duże znaczenie dla odbioru przekazu mają takie wartości jak światło, barwa czy stopień nasycenia obrazu. Artur Roguski analizując w książce *Zrozumieć social media* fenomen Instagrama, trafnie zauważył:

Po pierwsze serwis rozpoczął „kwadratową rewolucję”, preferując fotografie w formacie 1:1. Wymogło to na nas zmianę w sposobie kadrowania czy myślenia o kompozycji zdjęcia. Z czasem formy zdjęć coraz bardziej dopasowywały się do wielkości smartfonów i popularność zaczęły zyskiwać fotografie portretowe 4:5, a obecnie furorę robią stories w formacie 9:16. Wszystko to związane jest ze sposobem, w jaki korzystamy z telefonu: przez ponad 90 procent czasu trzymamy go w pozycji pionowej, przekręcając do poziomu, gdy oglądamy filmy bądź gramy w gry (Roguski 2020: 117–118)

Jeśli jednak obserwujemy świat ustawiając telefon wertykalnie, pojemność znaczeniowa kadru – który zwyczajowo odczytujemy od strony lewej do prawej – jeszcze bardziej się spłyca. Przeobrażeniom formy obrazu i nawykowi użytkownikowi towarzyszy zmniejszenie liczby informacji. To z kolei kolejny raz uzasadnia potrzebę zmodyfikowania kodów gramatycznych.

Nie wieszczęc tu pandemii filmowego analfabetyzmu, podkreślić chcę postępującą skrótowość audiowizualnego komunikowania – choć inni będą nazywać ją interdyscyplinarną dynamiką – jeżeli uwzględnić realizowane w audiowizualnych mediach społecznościowych różnego rodzaju kompilacje dźwiękowe, tekstowe i graficzne. To prawda: sam fakt przetwarzania kodów przekazu i jego tworzywa ciągle jeszcze bywa twórczy i może służyć kreacji. Prostota użytkowania współczesnych narzędzi, intuicyjnych interfejsów graficznych o dużej łatwości/wydajności edytorskiej, nie idzie jednak w parze ze świadomością elementów składowych wykorzystywanego przekazu, jego elementów leksykalnych, interpunkcyjnych i wielu innych. Większość tzw. kompilacji – choć to stwierdzenie biorę wyłącznie z obserwacji – jest bardziej rezultatem eksperymentowania z dostępną technologią (np. oferowanymi w urządzeniach narzędziami do obróbki obrazu i dźwięku, nakładkami, filtrami) niż świadomych poszukiwań

nowych środków wyrazu, które byłyby odnajdywaniem formy dla niewyrażonej jeszcze treści. Twórczość audiowizualna określana dotąd mianem „amatorskiej” coraz silniej przenika do głównego nurtu; nie rozjaśnia go od strony kompozycyjnej, ale stanowi nową jakość, wobec której nie można przejść obojętnie. Maciej Mrozowski w książce *Przenikanie mediów. Ewolucja mediów a przemiany ładu społecznego* zwraca uwagę na wzrost wymagań odbiorczych odnośnie do jakości odwzorowania świata, zarówno w zakresie przedstawiania wydarzeń, jak i tworzenia (odpowiednio pięknych) wizerunków nas samych, przy równoczesnym braku normatywów i kanonów – i to w dłuższym już okresie przeobrażania się kultury:

[...] ogół zmian określanych jako ponowoczesność czy postmodernizm nie zaowocował (dotąd) powstaniem zupełnie nowych gatunków medialnych, choć znacznie przyspieszył rozwój narracji faktualnych (reality TV, transmisja bezpośrednia). Za to w sposób bardzo wyraźny i widoczny rozregulowano wcześniej ukształtowane konwencje gatunkowe. Głównie przez ich hybrydyzowanie, krzyżowanie i mutacje. Skutki tego bywają różne (Mrozowski 2020: 376).

Kluczem do utrzymania zdolności twórczego wypowiedzania się w coraz to nowszych kodach audiowizualnych jest, w mojej ocenie, odwoływanie się do korzeni, podtrzymywanie świadomości procesu ewolucji form języka „ruchomych obrazów”. Na myśl przychodzi eksperyment sprzed wieku, kiedy to radziecki montażysta Lew Kuleszow zbliżenie pozbawionej emocji twarzy mężczyzny połączył kolejno z ujęciami talerza zupy, kobiety leżącej w trumnie i śmiejącego się dziecka, za każdym razem zmuszając widzów do odmiennej interpretacji przekazu. To podstawowe ćwiczenie gramatyczne idealnie wpisuje się w dzisiejszą stylistykę oferowaną przez social media.

Ograniczenia narzucone przez technologię, czyli pośrednio przez zmieniający się rynek gospodarczy, warto przekuć ze strat w szanse i wyzwania. Sięgając do źródeł (w tym przypadku chodzi mi o podstawy form wypowiedzi kina), warto uczyć budowania **filmowej narracji i dramaturgii**, która u podstaw pozostaje ciągle taka sama, niezależnie od postępów Technopolu. Zasoby filmowych tekstów kultury są olbrzymie i w niewielkim tylko stopniu obecnie wykorzystywane. Kto z dzisiejszej młodzieży akademickiej świadomie stosuje, na przykład, montaż wewnątrzkadrowy – mający przecież fundamentalne znaczenie dla budowania audiowizualnego przekazu i oddziaływania na odbiorcę, które to oddziaływanie jest w istocie celem wszelkich działań wpisujących się w tzw. edukację medialną. A przecież to proste warsztatowe rozwiązanie wykorzystywane jest dziś na TikToku raczej intuicyjnie, chociaż przez lata bywało przedmiotem naukowych dociekań nie tylko filmoznawców. Ile czasu w edukacji ogólnoakademickiej przeznaczają się dziś na analizę i interpretację tekstów kultury? Programy studiów pokazują, że niewiele. Autorzy narracji o kompetencjach cyfrowych zaznaczają, że nie ograniczają się one tylko do technologii. Paradygmat medialności w dzisiejszej rodzimej edukacji marginalizuje jednak zagadnienie **audiowizualności**. Tymczasem powinno ono mieścić się w centrum zainteresowań metodycznych. Dystrans pomiędzy teoretycznymi postulatami rozwijania kompetencji medialnych wśród młodzieży a warsztatową praktyką szkoły lub uczelni ciągle pozostaje zbyt duży.

W nauczaniu tworzenia i redagowania treści audiowizualnych warto stawiać uczniom pytania o to, dlaczego tak, a nie inaczej używamy tworzywo. Udzielenie

odpowiedzi jest warunkiem świadomego i skutecznego uczestniczenia w przestrzeni komunikacyjnej. Tymczasem w edukacji medialnej o tym się zapomina. Współczesny student niewiele ma szans poznania – a co dopiero wykazania się znajomością! – gramatycznych reguł tworzywa audiowizualnego i wypróbowania ich w praktyce pod okiem nauczyciela. W rzeczywistości praktyczna umiejętność posługiwania się kodem audiowizualnym zdaje się być przerzucona na barki studenta. To zaś nie ułatwia kształcenia charakteru pisma i poszukiwania przez młodzież indywidualnego sposobu opowiadania. Wiedza zarezerwowana dotąd przede wszystkim dla szkół filmowych, dzisiaj w pewnym zakresie jest niezbędna wszystkim użytkownikom sieci. Smartfon jest wśród młodzieży popularniejszy od długopisu.

Aby rozwijać świadomość reguł językowych, niezbędne jest utrzymanie w programach nauczania studiów wyższych modułów zajęć kształcących krytyczne umiejętności analizy i interpretacji komunikatów/tekstów audiowizualnych. Należy to do ogólnej strategii efektywnego uczestniczenia w życiu społecznym, jako że dotyczy zagadnienia psychologii i umiejętności budowania relacji. Zdolność do dekodowania i rozumienia komunikatów wizualnych oraz twórcze wykorzystywanie materiałów cyfrowych w generowaniu własnych tekstów wykracza daleko poza predefiniowane edytorskie aplikacje użytkowe i niektóre skrótowe formaty social mediów. Rażącemu splotowi narracji komunikacyjnych należy zapobiegać, mając na uwadze długoterminową perspektywę i dalekosiężne skutki, które ostatecznie mają przynieść korzyści dzisiaj kształconej młodzieży.

Wyzwaniem jest oczywiście przygotowanie do zagrożeń, jakie przynosi rzeczywistość cyfrowa: dezintegracji użytkownika i zaburzenia tożsamości, nadmiernej i niekontrolowanej immersji, uzależnień medialnych. Zdaniem Tomasza Huka „dzieci i młodzież wykorzystują media przede wszystkim do celów rozrywkowych”, co może prowadzić do depersonalizacji pracy, nauki i innych aktywności (Huk 2014: 164). Tym ważniejsze staje się rozwijanie świadomości wieloaspektowej specyfiki komunikacyjnego środowiska cyfrowego – adekwatnie do poziomu intelektualnego młodego człowieka. Pełnoletni student uczelni wyższej narażony jest na rozmaite dysfunkcje uczestnictwa w komunikacji internetowej w stopniu niewiele mniejszym niż jego znacznie młodszy kolega. Stąd istotne jest proponowanie młodzieży różnych, możliwie kreatywnych i samodzielnych sposobów użytkowania przestrzeni sieciowej. W oczywisty sposób ogranicza to możliwości przyszłego odnalezienia się w obszarze bezrobocia technologicznego (por. Śledziwska, Włoch 2020: 158–166), rozwija krytyczne podejście do rozwiązań softwarowych i przygotowuje do możliwie wszechstronnego i elastycznego funkcjonowania na obecnym dynamicznym rynku pracy. Obszarem wyznaczającym nowe kierunki rozwoju jest wszak masowa automatyzacja procesów, prowadzona na drodze zróżnicowanych technologicznie procesów komunikacji i przesyłu danych. Kompetencja poprawnego budowania przekazów informatycznych leży u podstaw złożonych operacji sterowania w sektorach produkcyjnych i usługowych nowoczesnej gospodarki.

W mojej macierzystej uczelni – Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu – oferowany jest obecnie kierunek Komunikacja cyfrowa i media. Stworzenie jego programu oparte było na ustaleniu, jaki jest rzeczywisty uśredniony poziom wiedzy i umiejętności komunikowania audiowizualnego u nastolatków, oraz prognozowaniu, które szczegółowe kompetencje z tego obszaru będą przydatne absolwentom w najbliższej dekadzie. Uznaliśmy, że świadomość reguł warunkujących poprawne użytkowanie

języka wypowiedzi i zdolność do samodzielnego i odpowiedzialnego kształtowania tworzywa przekazu należą do kompetencji najistotniejszych. Pogląd ten podzielają też inni badacze. Przytaczając główne cechy komunikacji realizowanej w mediach społecznościowych, Anna Miotk wymienia: przejrzystość, dialogowość, słuchanie, tworzenie relacji, „bycie sobą, bycie ludzkim” [cudzysłów mój – MC], zaangażowanie, wirusowość, autentyczność (Miotk 2013: 31–32). Już tylko ten – podstawowy – wybór wskazuje, jak bardzo rozległe są obszary edukacji i pracy dydaktycznej, niezbędnych do przygotowania kolejnych generacji uczestników rynku gospodarczego i współtwórców procesów społecznych. Z własnych obserwacji, będącej podstawą do napisania niniejszego szkicu, wiem, że każda z wymienionych powyżej umiejętności nie jest oczywista do uzyskania w praktyce, nie stanowi wrodzonej predyspozycji uczestnika social mediów i nie chroni nadawcy lub odbiorcy komunikatu (audiowizualnego) przed popełnieniem błędu. Zaś aksjomat „bycia sobą, bycia ludzkim” można uznać za jeden z fundamentalnych problemów cywilizacji Technopolu.

Na koniec dygresja. Skrótowość formy filmowej nie jest niczym nowym. Pod koniec lat 80. XX wieku (w czasach, gdy studiowałem) w Uniwersytecie Śląskim cyklicznie organizowany był Festiwal Filmów Jednominutowych Mini-Max. Na tę niszową imprezę nadsyłano z całej Polski amatorskie filmiki zrealizowane jeszcze w technologii analogowej. Dla autorów wyzwaniem było stworzenie czytelnej i zrozumiałej fabuły oraz umotywowanej narracji i wciągającej w ciągu 60-sekundowej dramaturgii, co wymagało przede wszystkim umiejętności rozłożenia filmowego tworzywa na części pierwsze. I było to poważne intelektualne wyzwanie. Dzisiaj również organizowane są konkursy krótkich filmów, choć nadal są to marginalia. Tymczasem wydaje się, że „konkursowa” biegłość w posługiwaniu się audiowizualnym tworzywem mogłaby być dzisiaj interesującym przedmiotem dydaktycznej rywalizacji.

Podsumowując: umiejętności komunikacyjne kształconej obecnie młodzieży muszą być zatem zdefiniowane według czytelnych i skodyfikowanych kryteriów, które wcześniej staną się przedmiotem planowego i przemyślanego nauczania. Jednak o ile w uprawianych przez nas dziedzinach wiedzy odwołujemy się do normatywów, standardów i dobrych praktyk i o ile robimy tak zwłaszcza w odniesieniu do tekstów językowych/werbalnych (np. w pracach zaliczeniowych i dyplomowych studentów), o tyle w obszarze popularnego kodu młodzieżowego, jakim są krótkie filmy, normatywy praktycznie nie obowiązują. Jest więc tu luka. Czas zatem na stworzenie akademickiego podręcznika komunikowania audiowizualnego w mediach społecznościowych, użytecznego w czasie, gdy formy narracyjne zostały skondensowane. Jest on potrzebny, byśmy jako nauczyciele w dalszym ciągu kształcili autorów komunikatów, a nie tylko – sygnalistów.

## Bibliografia

- Ciszewska Ewa, Klejsa Konrad. 2016. *Od edukacji filmowej do edukacji audiowizualnej. Teorie i praktyki*. Kraków.
- Granat Anna. 2020. *Czy i jak technologie umożliwiają zmianę założeń i podstawy programowej, kanonu kształcenia ogólnego oraz wzbogacenie tradycyjnego kształcenia programami autorskimi oraz projektami między- i ponadprzedmiotowymi?*. W: *Technologie informacyjno-komunikacyjne w edukacji. 10 pytań do ludzi nauki*. Maciej Tanaś (red.). Warszawa.



- Hjorth Larissa, Hinton Sam. 2019. *Understanding social media*. Los Angeles.
- Huk Tomasz. 2014. *Pedagogika medialna. Aspekty społeczne, kulturowe i edukacyjne*. Kraków–Katowice.
- Humphreys Lee. 2018. *The qualified self: social media and the accounting of everyday life*. London.
- McKee Jonathan R. 2017. *The teen’s guide to social media... & mobile devices: 21 tips to wise posting in an insceure world*. Uhrichsville.
- Miotk Anna. 2017. *Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągnij zamierzone efekty*. Gliwice.
- Morańska Danuta, Ciesielka Marta, Jędrzejko Mariusz Z. 2020. *Edukacja w cyfrowym świecie. Edukacja 4.0*. Toruń.
- Mrozowski Maciej. 2020. *Przenikanie mediów. Ewolucja mediów a przemiany ładu społecznego*. Warszawa.
- Pedagogika medialna*. 2021. Bronisław Siemieniecki (red.). Warszawa.
- Plebańska Marlena, Szyller Aleksandra, Sieńczewska Małgorzata. 2020. *Q edukacji cyfrowej*. Warszawa.
- Płażewski Jerzy. 2008. *Język filmu*. Warszawa.
- Ptaszek Grzegorz. 2019. *Edukacja medialna 3.0. Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji*. Kraków.
- Roguski Artur. 2021. *Zrozumieć social media*. Warszawa.
- Sarowski Łukasz. 2017. „Od Internetu WEB 1.0 do Internetu WEB 4.0 – ewolucja form przestrzeni komunikacyjnych w globalnej sieci”. *Rozprawy społeczne* 11.1. 32–39.
- Śledziwska Katarzyna, Włoch Renata. 2020. *Gospodarka cyfrowa. Jak nowe technologie zmieniają świat*. Warszawa.
- Tagg Caroline. 2015. *Exploring digital Communications: language in action*. London.

### Streszczenie

Dynamika zmian zachodzących w mediach społecznościowych podnosi znaczenie kompetencji audiowizualnych w procesie edukacyjnym – zwłaszcza wśród studentów szkół wyższych. Obecny system edukacyjny marginalizuje rolę poprawnego i efektywnego posługiwania się kodem audiowizualnym przez młodzież. Młodzi ludzie nie uczą się w wystarczającym stopniu zasad stosowania gramatyki filmowej, podczas gdy krótkie formy audiowizualne – wprowadzone w ostatnich latach przez aplikację TikTok – stały się wiodącym twórczym komunikacyjnym dla całej generacji.

### Strongly condensed form. Audiovisual competencies in the TikTok era

#### Abstract

The dynamic changes across social media platforms increase the importance of audiovisual competencies in the educational process – especially among university students. The current educational system marginalizes the role of correct and effective use of audiovisual code by young people. Young people are not sufficiently learning the rules of film grammar even though short audiovisual forms – introduced in recent years by the TikTok app – have become the leading medium of communication for an entire generation.

**Słowa kluczowe:** media społecznościowe, komunikacja medialna, kompetencje audiowizualne, język filmu, krótkie formy audiowizualne

**Key words:** social media, media communication, audiovisual competencies, film language, short audiovisual forms

**Marek Cieśliński** – dr nauk humanistycznych, filmoznawca, adiunkt we Wrocławskiej Akademii Biznesu. Specjalista w zakresie komunikowania, zajmuje się problemami perswazji i manipulacji w mediach. Interesują go społeczne konteksty narracji filmowych. Autor kilku monografii, w 2016 wydał książkę *Polska Kronika Filmowa. Podglądanie PRL-u*, a ostatnio *Kino Jerzego Bossaka*. Dziennikarz i reżyser filmów dokumentalnych. Publikował m.in. w „Kwartalniku Filmowym” oraz „Images”.