

Janina Hajduk-Nijakowska

Uniwersytet Opolski

ORCID 0000-0001-9958-5771

Problemy współczesnej genologii medialnej

Refleksje teoretyczne na temat gatunków medialnych wymagają doprecyzowania samego przedmiotu badań, a przede wszystkim zdystansowania się od genologii literaturoznawczej i lingwistycznej. Nie można bowiem analizować takich gatunków bez uwzględnienia specyfiki kontekstu kulturowego, który decyduje o ich przeobrażeniach i modyfikacjach. Moim zdaniem wymaga to przede wszystkim wyeksponowania znaczącej roli odbiorców jako uczestników komunikacji medialnej, współtworzących wspólnotowy charakter funkcjonujących w obiegu treści popularyzujących określoną wizję świata. Źródło pojawienia się takiej refleksji dostrzegam w opracowaniach Zbigniewa Bauera i podążając wyznaczoną przez niego drogą zamierzam określić / doprecyzować przedmiot takich badań skoncentrowanych przede wszystkim na tworzeniu, ale i odbieraniu informacji we wspólnotowej przestrzeni kultury newsów. Doprowadzi to wprost do refleksji nad rolą i znaczeniem dziennikarza we współczesnym świecie.

Wprowadzenie

Znaczący wkład w rozwój teoretycznej refleksji nad genologią dziennikarską ma moim zdaniem Stefania Skwarczyńska – i to nie tylko dlatego, że wprowadziła do nauki polskiej samo pojęcie genologii. Blisko dziewięćdziesiąt lat temu zwróciła ona już uwagę na konieczność wyeksponowania w badaniach literaturoznawczych kategorii literatury stosowanej, czyli „piśmiennictwa o celach praktycznych”. Według badaczki pełni ono, w przeciwieństwie do literatury o celach „czysto estetycznych”, funkcję „pouczająco-informacyjną” i zaliczyła do niego między innymi artykuły dziennikarskie (Skwarczyńska 1931), wskazując tym samym przestrzeń, z analizy której rozwinęły się badania aktywności dziennikarskiej. Początkowo analizy genologiczne koncentrowały się jednak przede wszystkim na gatunkach prasowych. Z czasem, a były to już lata osiemdziesiąte ubiegłego wieku, rozwinęły się także badania nad gatunkami medialnymi, ale nadal powoływały się one przede wszystkim na teoretyczne ustalenia literaturoznawców i językoznawców. W *Słowniku terminologii medialnej* opublikowanym w roku 2006 podano wprost, że genologia

dziennikarska „jest młodą gałęzią nauki, wywodzącą się z teorii literatury i genologii literackiej” (Wolny-Zmorzyński 2006: 68). Trudno jednak poprzestać na tym ustaleniu, analizując współczesne gatunki medialne, bez uwzględnienia kulturowego kontekstu funkcjonowania aktywności dziennikarskiej (por. Latocha 2012), co na przykład skłoniło Grzegorza Ptaszka do stwierdzenia, że gatunek medialny to „specyficzna forma poznawcza, organizująca nasze doświadczenie medialne i wiedzę o świecie” (Ptaszek 2015: 36). A swoją drogą Michał Głowiński już dawno stwierdził, że „gatunek literacki staje się przydatny wówczas, gdy naukę o literaturze pojmuje się nie jako opis odseparowanych od siebie faktów, ale jako opis procesów, procesów przebiegających zarówno w płaszczyźnie historycznej, jak i wtedy gdy chce się opisać zjawiska zachodzące wewnątrz pewnego zespołu wypowiedzi” (Głowiński 1976: 110).

Kulturowy kontekst genologii medialnej

Gatunki dziennikarskie od lat były przedmiotem zainteresowania Zbigniewa Bauera, który od początku wyraźnie dystansował się od genologii literaturoznawczej i lingwistycznej. Uznał on bowiem, że gatunki dziennikarskie to „skonwencjonalizowane, spetryfikowane modele sytuacji komunikacyjnych” (Bauer 2004: 144). Tym samym, jak sądzę, podstawą do określenia medialnej formy gatunkowej (istotnej z typologicznego punktu widzenia) było dla niego uwzględnienie całego kontekstu sytuacji, w jakiej dochodzi do realizacji przekazu, zarówno z perspektywy nadawcy (dziennikarza), jak i odbiorcy (czytelnika, słuchacza czy widza). Tym samym, jak słusznie zauważył, nieprzydatne są wszelkie dotychczasowe systematyki gatunkowe. Pojęcie gatunku należy bowiem analizować przede wszystkim jako model określonej sytuacji komunikacyjnej, w której zdecydowana rola przypada intencjom nadawcy. Sytuację taką uznał Bauer za swoisty „pakt faktograficzny” zawarty pomiędzy nadawcą a odbiorcą; „by była to umowa ważna – dopowiadał – nadawca musi dochować kilku warunków, wśród których najważniejsze to: wierność przedstawionemu faktowi lub stanowi rzeczy, a także szczegółowość i zwięzłość” (Bauer 2004: 147). Tym samym zakładał, że dziennikarze podporządkowują się tym wymaganiom, chociaż jednocześnie zdawał sobie sprawę ze specyfiki usytuowania dziennikarza w zespole nadawców medialnych, zwrócił bowiem uwagę na to, że

[...] nie zawsze wypowiediane przez dziennikarzy poglądy są bezpośrednio ich własnością – bywa, że niekiedy rozmiągają się z ich własnym zdaniem, [...] że opinie czy stanowiska, z którymi dziennikarze niezupełnie się zgadzają, prezentują jako własne. Bywa, że jest odwrotnie: opinia publiczna, zdając sobie sprawę z uwarunkowań, w jakich działa dziennikarz, każdy wypowiedziany przezeń pogląd identyfikuje jako nie jego własny (Bauer 2006: 148).

Ostatecznie, co ważne, Bauer uznał „pakt faktograficzny” tylko za jedno z kryteriów wyróżniających przekazy prasowe. Z czasem zdał sobie bowiem sprawę, co szczególnie podkreślił w swojej *Dygresji o gatunkach*, opublikowanej w 2009 roku w monografii *Dziennikarstwo wobec nowych mediów*, że bezpodstawny jest podział wypowiedzi dziennikarskich na „informację” i „publicystykę” (pisze te pojęcia

w cudzysłowie): „teksty »informacyjne« i »publicystyczne« klasyfikuje się tak nie ze względu na ich szczególne cechy strukturalne, lecz dominującą funkcję (faktografia lub interpretacja rzeczywistości)”, a sama „identyfikacja funkcji dominującej jest uzależniona od przyzwyczajzeń czytelniczych i wyuczonych poniekąd zachowań lekturowych, a więc jest czymś uprzednim w stosunku do kontaktu z konkretnym przekazem” (Bauer 2009: 331). Owe wzory – jak to określił „zachowań lekturowych” – ulegają istotnym przeobrażeniom, decydując o zmianach konwencji komunikacyjnej we współczesnych mediach. Tradycyjne (dawne) gatunki podlegają oczywiście daleko idącym modyfikacjom, czasami stając się już nowymi gatunkami, nadal jednak – o czym warto pamiętać – pozostają powiązane z prostymi (prymitywnymi) formami wypowiedzi (nowiny, plotki, legendy spiskowe, aktualne komunikaty), co bez wątpienia wynika z naturalnej specyfiki porozumiewania się za pomocą typowych form wypowiedzi, nazwanych przez Michaiła Bachtina „prymarnymi gatunkami mowy” (Bachtin 1986: 356), charakteryzującymi się dialogowym nachyleniem ku Innemu.

Przeanalizowanie tych przeobrażeń (modyfikacje gatunków, mieszanie stylu, konwencji informacyjnej, publicystycznej) wymaga, o czym już wspomniałam, uwzględnienia kontekstu kulturowego, w jakim funkcjonują wypowiedzi dziennikarskie. Nie jest to nowa koncepcja badawcza, wszak już Jane Feuer w 1998 roku uznała, że „badania gatunku są badaniami kultury”, do czego odwołał się później Wiesław Godzic, stwierdzając jednoznacznie, że:

Badanie gatunków telewizyjnych to w istocie badanie kultury i tworzącego ją społeczeństwa (1), więc musi być ono badaniem zorientowanym na zmienność i ciągłość (2); musi być takim ponadto, które uzna, że gatunek jest interpretacyjnym filtrem, przez który (a nigdy – poza nim i bez niego) telewizor może wyprodukować znaczenie danego fragmentu tekstu telewizyjnego (3) (Godzic 2004: 25).

Oczywiście nie dotyczy to tylko gatunków telewizyjnych, ale przede wszystkim uzasadnia konieczność mówienia już o gatunkach medialnych, a nie tylko dziennikarskich. Sądzę, że Zygmunt Bauer zdawał sobie z tego sprawę, wszak w przywołanym tu tekście – *Dygresje o gatunkach* – nie tylko uznał, że medium wpływa na sposób dekodowania przekazu, ale również stwierdził, że definiowanie gatunku medialnego „musi dokonywać się niejako »od strony« nadawcy, odbiorcy, a nie samego przekazu” (Bauer 2009: 338). Uzasadnia to dodatkowo konieczność uwzględnienia kontekstu kulturowego w badaniach genologicznych (por. Sedyka 2012).

Wspólnotowy wymiar współczesnej przestrzeni komunikacyjnej

Przede wszystkim, co mocno podkreśla Emanuel Kuczyński, „nie możemy patrzeć na komunikację jako »zwykłe« przekazywanie informacji. Każda nasza aktywność komunikacyjna jest bowiem elementem nieustającego procesu wytwarzania naszych światów społecznych” (Kulczycki 2015: 51). Przywołując Jamesa Careya, powtarza za nim dwa pytania dotyczące specyfiki komunikacji medialnej: „czy efektem takiej komunikacji jest rozjaśnianie czy zaciemnianie wiedzy o świecie, jakie są funkcje wiadomości i czasopism oraz gazet, czy służą one integrowaniu

czy dezintegracji społeczeństwa” (Carey 2009: 16, cyt. za: Kulczycki 2015: 49). Z drugiej strony (z perspektywy rytualnej) zdaniem Careya kontakt z prasą (wysyłanie i odbieranie informacji) możemy (a może powinniśmy?) postrzegać jako „sytuację, w której nic nowego nie jest nauczane, lecz w której konkretny obraz świata jest przedstawiany i potwierdzany. [...] To, co jest wystawiane przed czytelnikiem, nie jest czystą informacją, lecz portretem zwalczających się sił w świecie. Dodatkowo, wraz z lekturą tekstu, czytelnicy angażują się w nieustającą zmianę ról lub centrum zainteresowania” (Carey 2009: 17, cyt. za: Kulczycki 2015: 50), co zdaniem Kulczyckiego oznacza, że komunikacja „nie tyle jest aktem przekazywania informacji, [ile] służy reprezentowaniu wspólnych przekonań” (Kulczycki 2015: 50). Przyjęcie takiego stanowiska oznacza konieczność wyeksponowania wspólnotowego charakteru tworzenia i odbierania informacji oraz uznania audytoryum konkretnych mediów nie tylko za wspólnotę komunikacyjną, ale równocześnie za wspólnotę wyobraźni.

Musimy sobie bowiem uświadomić, że nowym paradygmatem kultury stała się współcześnie informacja zdominowana przez media. Jak wiadomo, skłoniło to Stuarta Allana do wprowadzenia pojęcia „kultury newsów” jako swoistej formy wiedzy powszechnej, kształtującej się zgodnie z zasadami czy też konwencjami danej kultury, definiującymi świat zewnętrzny. Jego zdaniem:

Oznacza to, że chociaż dziennikarze często określają serwisy informacyjne jako „obiektywne” lub „nietendycyjne” p r z e ł o z e n i e rzeczywistości, **bardziej trafne może być postrzeganie wiadomości jako k o n s t r u k c j i ideologicznej, zawierającej twierdzenia na temat rzeczywistości**, które bywają sprzeczne i rywalizują między sobą, pretendując do miana prawdziwych. Wynika stąd, że serwis informacyjny to coś znacznie więcej niż zwykłe odzwierciedlenie rzeczywistych wydarzeń – przekazuje on również ustaloną definicję rzeczywistości jako takiej. Ten stały, dynamiczny proces mediacji zachodzi głównie w warstwie ideologicznej, nie tylko na poziomie samych wiadomości. W krytycznym podejściu do kultury wiadomości należy bowiem wziąć pod uwagę trudne do sprecyzowania, złożone warunki, w których serwis informacyjny jest tworzony i odbierany czy też odczytywany (Allan 2006: 4; podkr. J.H.N.).

Współczesna przestrzeń kultury newsów rozszerza zatem zakres informacji wspólnych, stale aktualizowanych. Samo opowiadanie i komentowanie ich przez odbiorców (nosicieli owej wspólnotowej wiedzy) zdominowane jest właśnie przez informowanie. Każda bowiem nowa wiadomość (jako nowe zdarzenie komunikacyjne) z miejsca wchodzi w relacje z innymi, obecnymi już w obiegu. Co więcej, nie tylko odbiór informacji zależy od znajomości całego zbioru wiadomości wchodzących już w skład dyskursu informacyjnego (a może raczej współtworzących go), ale od niego zależy również tworzenie nowych informacji. „Dyskurs wiadomości jest zatem wspólną dla nadawcy i odbiorcy przestrzenią tworzenia sensów – twierdzi Tomasz Piekot – a o skuteczności tej interakcji decyduje repertuar strategii ułatwiających interpretację przekazów i orientację w świecie” (Piekot 2006: 39).

Zwracał zresztą już na to uwagę Stuart Hall, który dogłębnie przeanalizował kulturowy kontekst procesu kodowania treści (wydarzeń) w dzienniku telewizyjnym, uznając go za „moment determinujący” późniejszy proces dekodowania (odbioru):

Nie można przekazać wydarzenia w jego formie „surowej”. Wydarzenia muszą zostać przekształcone w wizualno-audialne znaki dyskursu telewizyjnego. W momencie gdy wydarzenie staje się znakiem dyskursu, podporządkowuje się wszystkim złożonym „regułom” formalnym, dzięki którym język znaczy. Paradoks polega na tym, że **wydarzenie musi przekształcić się w „opowieść”, aby stać się wydarzeniem komunikacyjnym** (Hall 1987: 59; podkr. J.H.N.).

Odbiór takich komunikatów jest silnie kulturowo zdeterminowany, a wiele kodów – jak dowodzi Stuart Hall – jest „głęboko zinternalizowanych” i dlatego „uzyskiwana dzięki nim wiedza przyjmowana jest jako naturalna i oczywista” (Hall 1987: 63), dająca poczucie swojskości i bezpieczeństwa w znanym i akceptowanym przez odbiorcę świecie. Zauważmy więc, że sposób kodowania nie tylko narzuca sposób dekodowania, ale inspiruje jednocześnie proces specyficznej „obróbki” samej narracji. Pierre Sorlin na przykład dowodzi, iż

[...] każdy fakt relacjonowany przez środki masowego przekazu jest rekonstrukcją, której komunikatywność tworzona jest przez medium według istniejących **modeli sposobu opowiadania**. Ci, którzy brali udział w wydarzeniu, ci, którzy byli jego świadkami, i ci, którzy mają prawo do rozpowszechniania oficjalnych informacji na jego temat, chętnie tworzą swoje wersje wydarzeń. Kiedy już ich wersja została szeroko rozpowszechniona, kiedy już została wydrukowana albo ukazała się w telewizji, zyskuje pewien rodzaj oczywistości. Staje się niejako standardowym ujęciem wydarzenia (Sorlin 2002: 124–125; podkr. J.H.N.).

Wszystko bowiem tak naprawdę zależy od środka, za pomocą którego dochodzi do umasowienia określonej wersji wydarzeń. A ponieważ ciągle jeszcze telewizja jest uznawana za gwaranta wiarygodności, dziennikarze korzystają z określonych jej modeli (wzorów) opowiadania. Pewnie dlatego Zbigniew Bauer uznał, iż tradycyjny gatunek może być tylko sposobem „opakowania” relacji z wydarzenia, co sprzyja zacieraniu granic między „faktami »twardymi« i »miękkimi«, między faktami i faktoidami” (Bauer 2009: 331).

Oczywiście może owo ujęcie zostać poddane krytyce, zwłaszcza jeśli zdaniem świadków lub autorytetów lokalnych stoi w jawnej sprzeczności z „prawdziwym” przebiegiem wydarzenia. Media przecież nie tylko dostarczają tematyki do rozmów, ale także często te rozmowy ułatwiają, zwłaszcza jeśli niosą one ze sobą treści zrozumiałe w kontekście doświadczenia życiowego odbiorców. Odbiór przekazów medialnych jest bowiem procesem, „czynnością usytuowaną” – jak to nazywa John B. Thompson – w kontekście kulturowym i wymagającą od odbiorcy poświęcenia uwagi i podjęcia działań interpretacyjnych, czyli „przyswojenia” przekazu, co zdaniem Thompsona oznacza

[...] uchwycenie jego znaczenia i przyjęcie jako własnego [...]. W ten sposób przekazy medialne są **przenoszone poza oryginalny kontekst ich odbioru** oraz mogą ulegać zmianom w ciągłym procesie opowiadania i powtarzania, interpretacji i reinterpretacji, komentowania, wyśmiewania i krytyki. [...] Wraz z powtarzaniem przekazu medialnego i związanych z nim reakcji do głosu może dochodzić narracja, w której ludzie mogą przywoływać swoje myśli, odczucia, doświadczenia i wiążące się z danym tematem aspekty

własnego życia. [...] Odbierając i przyswajając przekazy medialne, ludzie angażują się w proces samotworzenia i samorozumienia – chociaż często tego wcale nie zauważają (Thompson 1998: 47–48; podkr. J.H.N.).

Ów proces, analizowany przez medioznawcę, nie jest przecież niczym innym jak „tworzeniem” (nadawaniem) sensu odbieranym przekazom medialnym, co w konsekwencji prowadzi do powstawania przekazów potocznych, które z inspiracji mediów dominują we współczesnym bezpośrednim obiegu. Przekazy medialne po prostu pobudzają zainteresowanie informacjami o konkretnym wydarzeniu, wspomagają ich funkcjonowanie zarówno w obiegu potocznym (bezpośrednim), jak i na forach internetowych, choćby za sprawą dziennikarzy, którzy traktując przeróżne niezwykle opowieści jako wiarygodne relacje, przekazują je w mediach i współtworzą lub inspirują ich nowe wersje. W praktyce możemy zatem obserwować efekty funkcjonowania tak zwanego dwustopniowego przepływu treści przekazywanych przez środki masowego przekazu (*two-step-flow*), co wpływa na popularyzację określonych wątków i stereotypów oraz znacznie poszerza tak zwaną domenę publiczną (to znaczy wiedzę o konkretnym wydarzeniu, która jest powszechnie znana, oczywista i nie trzeba już niczego dodatkowo udowadniać). Ponadto ów potoczny obieg treści decyduje o powstawaniu wspomnianych już wspólnot informacyjnych i wspólnot wyobraźni, co ma oczywiście niebagatelne znaczenie społeczne i polityczne.

Proces odbioru treści medialnych za pośrednictwem internetu

Dominująca współcześnie tendencja do mieszania gatunków i konwencji podważa zasadność traktowania dziennikarstwa jako gwarancji realności i wiarygodności. W dobie konwergencji mediów obserwujemy, podkreślane już przez Zygmunta Bauera, postępujące zacieranie się granicy pomiędzy informacjami a publicystyką, narastającą tabloidyzację mediów „zawłaszczanych” przez info-rozrywkę, co w konsekwencji zmienia współczesną konwencję komunikacyjną. Prowadzi to niestety często do degradacji serwisów informacyjnych, a także podważa zasadność stosowania „tradycyjnych” wyznaczników gatunków medialnych, a „czytelnicza praktyka rozpoznawania gatunku jest nieostra, dynamiczna, zmienna, tymczasowa [...] Być może należy więc zaakceptować fakt, iż nie ma w ogóle tekstów rządzących się prawami wyłącznie jednego gatunku, co w konsekwencji nakazywałoby rozumieć genologiczną postać utworu jako miejsce zbiegania się różnych konwencji” (Sendyka 2012: 259, 263).

Sytuację dodatkowo komplikuje pojawienie się światów wirtualnych, co zdaniem Krystyny Wilkoszewskiej – „nie oznacza po prostu »dodatku« do rzeczywistości, lecz jej przekształcenie; jest to proces dynamiczny, gdy wirtualne modyfikuje realne, a to, co realne, kształtuje to, co wirtualne. Realność i wirtualność przenikają się i w naszych doświadczeniach, ich granice pozostają płynne, a niekiedy nawet zacierają się całkowicie” (Wilkoszevska 2005: 9). Ta refleksja filozofa z całą mocą uświadamia nam, że także genologia medialna musi uwzględniać kontekst komunikacyjny. Skorzystanie z możliwości, jakie daje internet, do wymiany informacji

i komentarzy na temat ważnych i pasjonujących odbiorców treści docierających z przekazów medialnych lub konkretnych wydarzeń staje się współcześnie po prostu czymś naturalnym. Internet umożliwia ludziom uczestnictwo w przeróżnych forach dyskusyjnych, wyzwala potrzebę przyłączenia się do grup zainteresowanych konkretną tematyką. Sprzyja to powstawaniu silnie zintegrowanych emocjonalnie wirtualnych grup społecznych, których członkowie za pośrednictwem komputera podejmują konwersację umożliwiającą nie tylko zachowanie anonimowości, ale pozwalającą również na sterowanie ujawnianiem własnego *ja*. Po prostu – „wirtualne wspólnoty wygenerowały wiele nowych modeli komunikacyjnych sprzyjających nowym sytuacjom folklorotwórczym” (Burszta 2012: 5) (tak Wojciech Burszta i Adam Pomieciński nazywają owe specyficzne sytuacje obecne w przestrzeni wirtualnej, które wyzwalają potoczne refleksje i komentarze użytkowników internetu). Te nowe sytuacje, bazujące jednak na wspomnianych już tradycyjnych, ustnych przekazach informacji, stają się jednocześnie **nową przestrzenią tworzenia sensów tekstów** funkcjonujących w obiegu. Ponadto internet, inspirując potrzebę aktywnego uczestniczenia w snuciu różnorodnych opowieści, w gawędzeniu, w dzieleniu się przemyśleniami, prowadzi także do „**przemiany rytuałów konwersacyjnych**” (Sulima 2007: 209).

Zmiana owej konwencji komunikacyjnej decyduje oczywiście o sposobach tworzenia (kodowania) przekazów i sposobach odbierania (dekodowania) treści medialnych, ujawnia mechanizm perswazji (także manipulacji) stosowany przez nadawcę oraz nasilającą się jednocześnie **konwergencję oddolną**, rozumianą jako „nieformalny, a czasem też nieautoryzowany przepływ treści medialnych, który następuje w sytuacji, gdy konsumenci łatwo mogą archiwizować, komentować, przejmować i redystrybuować treści medialne” (Jenkins 2007: 256). Owa konwergencja oddolna przejawia się w sposobach nadawania (tworzenia) przez odbiorców sensu docierającym do nich treściami. Prowadzi to w konsekwencji do powstawania przekazów potocznych, dominujących we współczesnym obiegu głównie za pośrednictwem internetu, który kreuje współczesną przestrzeń newsów popularyzującą określony obraz świata. Warto przypomnieć tu refleksję Edwarda Balcerzana: „Media nie są urządzeniami emocjonalnie obojętnymi dla użytkowników, przekaznik bywa [...] utożsamiany [...] z – wartościowanym dodatnio lub ujemnie – typem więzi międzyludzkiej” (Balcerzan 2000: 92). Sytuacja ta wymaga od medioznawcy dodatkowo pogłębionej refleksji genologicznej i podjęcia próby zredefiniowania pojęcia gatunku medialnego. Sądzę, że warto ponownie przywołać w tym miejscu teorię gatunków mowy Michaiła Bachtina, która bez wątplenia wzbogaca współczesną refleksję genologiczną. Otóż jego zdaniem gatunki jako typowe formy wypowiedzi „odpowiadają pewnym charakterystycznym systemom obcowania językowego i charakterystycznym tematom” – i co ważne: „ujawniają aktywną rolę innego w procesie porozumiewania się”; dlatego też:

Każda wypowiedź pełna jest ech i pogłosów innych wypowiedzi, z którymi uczestniczy we wspólnocie obcowania językowego w danej sferze. Każdą należy traktować przede wszystkim jako odpowiedź na wypowiedzi, które ją poprzedzały. [...] wypowiedź demontuje je, podtrzymuje, dopełnia, opiera się na nich, zakłada wiedzę o nich, w jakiś

sposób liczy się z nimi. [...] każda wypowiedź wypełnia się różnego rodzaju reakcjami odpowiadającymi na inne wypowiedzi (Bachtin 1986: 391).

Okazuje się zatem, że nadal aktualny jest postulat Stefani Skwarczyńskiej o podjęciu interdyscyplinarnych badań nad społeczną świadomością genologiczną (Skwarczyńska 1970: 177).

Jeszcze jeden kontekst relacji z internetem trzeba wziąć pod uwagę. Wejście do internetu tradycyjnych mediów (a w ślad za nimi reklam) doprowadziło do gwałtownych zawirowań na rynku medialnym i do rozpadu „wspólnej sceny publicznej”, co zdaniem Bernarda Pouleta grozi upadkiem prasy. Nadmiar informacji w internecie, często pochodzących z tych samych źródeł, a eksponowanych głównie przez niezliczoną ilość amatorskich blogów, wynika w opinii francuskiego medioznawcy z braku zaufania do „oficjalnych” mediów.

Może się okazać, że pogłębiona, przemyślana i zaprezentowana z odpowiedniej perspektywy informacja będzie wyłącznie domeną „elit”, podczas gdy większość odbiorców będzie dokonywała „zakupów” (lub nie) w licznych, bardziej lub mniej poważnych mediach, kierując się swoimi zainteresowaniami i przekonaniem. [...] wspólna **przestrzeń publiczna, której media stanowią jedno z ostatnich wcieleń, może już wtedy przestać istnieć** (Poulet 2011: 133; podkr. J.H.N.).

Jeśli nawet ten scenariusz się nie spełni, to fakt aktywności użytkowników internetu wywołuje zupełnie nowe zjawiska w kulturze, które mają także wpływ na sytuację dziennikarzy, odnajdujących dla siebie miejsce w przestrzeni wirtualnej. Przede wszystkim powstają blogi dziennikarskie, najczęściej koncentrujące się wokół stałego kręgu tematycznego, eksponujące wiedzę i zainteresowania autora; blogi, które zyskują popularność wśród internautów dzięki przemyślanej analizie i pogłębionym komentarzom. I tak oto dziennikarz komentator, który stawał się już „nieulubianym i wymierającym gatunkiem”, odzyskuje dzięki internetowi przestrzeń do swojej działalności. Najczęściej rozszerza i rozwija, nie unikając osobistych ocen i komentarzy, własne wypowiedzi publikowane już w tradycyjnej formie. Natomiast „W wersji online jesteśmy świadkami triumfu komentarza [twierdzi Bernard Poulet]. Huffington Post, portal informacyjny założony w maju 2005 r. [...], przekształcił się w modny salon, w którym rozmawia się głównie o polityce amerykańskiej; blog, gdzie należy się pojawić i zabrać głos. Jest to witryna *public intellectuals* – można by rzec: »intelektualistów medialnych«” (Poulet 2011: 99).

Nowe technologie nie tylko umożliwiły profesjonalistom „wyrwanie się” z ograniczających ich spektakularnych reguł współczesnego dziennikarstwa, ale stworzyły także szansę dla odbiorców, którzy mogą ujawnić swój sprzeciw wobec adresowanych do nich treści oraz aktywnie zaistnieć w przestrzeni obiegu informacji. Sytuacja ta doprowadziła do powstania **nowego typu dziennikarstwa wspólnotowego**, które zdaniem Agnieszki Zwiefki-Chwałek „więcej czerpie z dawnych ustnych tradycji przekazywania informacji niż z ugruntowanej w naszym społeczeństwie w minionych dekadach linearnej tradycji narracji, jego struktura przypomina strukturę rozmowy: bardziej elastyczną, otwartą, momentami chaotyczną” (Zwiefka-Chwałek 2009: 20). Jak zatem widać, teoria Bachtina ponownie ujawnia

swą aktualność, tym bardziej że otwartość profesjonalnych dziennikarzy na uwagi internautów zaangażowanych w poruszaną problematykę, korzystanie z podsuwanych przez nich pomysłów i interpretacji wspomaga tak naprawdę przede wszystkim aktywność **dziennikarzy amatorów**, których nowe media pobudziły do samotworzenia i zainspirowały pomysłami. W nowych realiach tradycyjne formy tworzenia, co sugerują również przywołani przed chwilą badacze, z powodzeniem odnajdują się w zaoferowanych człowiekowi nowych możliwościach. Odbiorcy dzięki temu mogą uczestniczyć w konstruowaniu przekazów medialnych, co z powodzeniem realizowane jest na przykład na serwisie Salon24.pl (Zwiefka-Chwałek 2009: 150). Ale jednocześnie – w internecie powstaje wiele samodzielnych serwisów tak zwanego dziennikarstwa obywatelskiego. Warto przypomnieć w tym miejscu tezę Zbigniewa Bauera, który uznał, że internet

nie jest medium, lecz środowiskiem komunikacyjnym, umożliwiającym formowanie się społeczeństw (społeczności) i ich kultur. Jest – mówiąc nieco metaforycznie i niejako na wyrost – „życiem”. W jakim stopniu „życie” to zechcemy uporządkować na obraz i podobieństwo „życia”, jakie ludzkość znała dotąd, a w jakim będzie ono przybierało kształty odrębne, sobie tylko właściwe – zależy wyłącznie od nas samych (Bauer 2010: 26).

Jak będzie wyglądał w przyszłości zawód dziennikarza – trudno prorokować, jednak sądzę, że poczucie równości i demokracji wytworzone przez dziennikarstwo wspólnotowe wymusi na profesjonalnych dziennikarzach konieczność podjęcia merytorycznej dyskusji z komentarzami i ocenami dziennikarzy amatorów. Sądzę, że warto przywołać refleksję Henry’ego Jenkinsa:

Siłą oddolnych mediów jest urozmaicenie; siłą mediów nadawczych – nagłaśnianie. Dlatego powinniśmy interesować się przepływem pomiędzy tymi dwoma ośrodkami: rozszerzenie potencjału uczestnictwa to największa okazja do wprowadzenia kulturowej różnorodności. Odrzucenie siły mediów nadawczych i zostaje tylko fragmentacja kultury. Siła uczestnictwa pochodzi nie z niszczenia kultury komercyjnej, ale z nadpisywania jej, modyfikowania, poprawiania, rozszerzania, dodawania większej różnorodności rozwiązań i późniejszego wprowadzania ich w obieg, przekazywania ponownie do mediów mainstreamowych (Jenkins 2007: 248).

Podsumowanie

Badanie gatunków medialnych w szerokim kontekście kulturowym ujawnia ważną rolę współczesnej konwencji komunikacyjnej, która wyznacza przestrzeń do tworzenia sensów tekstów (rozumianych semiotycznie) funkcjonujących w obiegu. W efekcie wpływa to nie tylko na proces powstawania społecznej wspólnoty komunikacyjnej i wspólnoty wyobraźni, przesądzających o sposobach opowiadania o zaistniałych wydarzeniach w przestrzeni kultury newsów, ale decyduje jednocześnie o przeobrażeniach i modyfikacjach współczesnych gatunków medialnych, które wyraźnie splatają się z prymarnymi gatunkami mowy. Ponadto w dobie konwergencji mediów obserwujemy postępujące zacieranie się granicy pomiędzy informacjami a publicystyką, co podważa zasadność stosowania wyznaczników „tradycyjnych” gatunków medialnych. Z kolei mieszanie gatunków i konwencji skłania często do

podważania wiarygodności profesjonalnego dziennikarstwa, wspomagając tym samym aktywność dziennikarstwa obywatelskiego. Obie te przestrzenie decydują o przeobrażeniach współczesnych gatunków medialnych, które powinny być analizowane w kontekście społecznej świadomości genologicznej.

Bibliografia

- Allan Stuart. 2006. *Kultura newsów*. Adriana Sokołowska (przeł.). Kraków.
- Bachtin Michaił. 1986. *Estetyka twórczości słownej*. Danuta Ulicka (przeł.). Warszawa.
- Balcerzan Edward. 2000. W stronę genologii multimedialnej. W: *Genologia dzisiaj*. Włodzimierz Bolecki, Ireneusz Opacki (red.). Warszawa. 86–101.
- Bauer Zbigniew. 2004. Gatunki dziennikarskie. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Zbigniew Bauer, Edward Chudziński (red.). Wyd. zmienione i rozszerzone. Kraków. 143–173.
- Bauer Zbigniew. 2009. *Dziennikarstwo wobec nowych mediów*. Historia. Teoria. Praktyka. Kraków.
- Bauer Zbigniew. 2010. Internet – medium czy świat?. W: *Studia de Cultura 1*. Agnieszka Ogonowska, Zbigniew Bauer, Bogusław Skowronek (red.). Kraków. 20–31.
- Burszta Wojciech, Pomieciński Adam. 2012. „E-folklor – Wstęp”. *Kultura Popularna* nr 3. 4–5.
- Carey James. 2009. *Communication as Culture*. New York. (Za: Kulczycki 2015).
- Feuer Jane. 1998. Badania gatunków a telewizja. W: *Teledyskursy*. Telewizja w badaniach współczesnych. Robert Clude Allen (red.). Edyta Stawowczyk (przeł.). Kielce.
- Głowiński Michał. 1976. Gatunek literacki i problemy poetyki historycznej. W: *Problemy teorii literatury*. Seria 2. Henryk Markiewicz (wybór). Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk itd. 109–129.
- Godzic Wiesław. 2004. *Telewizja i jej gatunki*. Po „Wielkim Bracie”. Kraków.
- Hall Stuart. 1987. „Kodowanie i dekodowanie”. *Przekazy i Opinie* nr 1–2. 58–71.
- Jenkins Henry. 2007. *Kultura konwergencji*. Zderzenie starych i nowych mediów. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak (przeł.). Warszawa.
- Kulczycki Emanuel. 2015. *Dwa aspekty komunikacji*. Założenia komunikologii historycznej. Poznań.
- Latocha Sebastian. 2012. „Antropologiczna refleksja nad dziennikarstwem prasowym”. *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Litteraria Polonica* 17. 51–61.
- Piekot Tomasz. 2006. *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków.
- Poulet Bernard. 2011. *Śmierć gazet i przyszłość informacji*. Oskar Hedemann (przeł.). Wołowiec.
- Ptaszek Grzegorz. 2015. W stronę bezgatunkowości mediów? O funkcji gatunków medialnych w procesie odbioru. W: *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*. Andrzej Kozioł, Wiesław Godzic, Joanna Szyłko-Kwas. Warszawa. 35–51.
- Sendyka Roma. 2012. W stronę kulturowej teorii gatunku. W: *Kulturowa teoria literatury*. Główne pojęcia i problemy. Michał Paweł Markowski, Ryszard Nycz (red.). Kraków. 249–263.
- Skwarczyńska Stefania. 1931. „O pojęcie literatury stosowanej”. *Pamiętnik Literacki* t. 38. 1–24.

- Skwarczyńska Stefania. 1970. Nieostrzeżony problem podstawowy genologii. W: Tejże. Wokół teatru i literatury (Studia i szkice). Warszawa. 167–181.
- Sorlin Pierre. 2001. Mass media. Karolina Ciekot-Roczon (przeł.). Wrocław.
- Sulima Roch. 2007. Telefon komórkowy – busola codzienności. W: Gadzety popkultury. Społeczne życie przedmiotów. Wiesław Godzic, Maciej Żakowski (red.). Warszawa. 197–214.
- Thompson John 1998. Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów. Izabela Mielnik (przeł.). Wrocław.
- Wilkoszewska Krystyna. 2005. Wprowadzenie. W: Estetyka wirtualności. Michał Ostrowicki (red.). Kraków.
- Wolny-Zmorzyński Kazimierz, Kaliszewski Andrzej. 2006. Genologia dziennikarska. W: Słownik terminologii medialnej. Walery Pisarek (red.). Kraków. 68.
- Zwiefka-Chwałek Agnieszka. 2009. Dziennikarstwo uczestniczące jako przejaw media-morfozy. Wrocław.

Streszczenie

W artykule podjęto próbę doprecyzowania przedmiotu badań genologii medialnej, dystansując się od genologii literaturoznawczej. W dobie konwergencji mediów obserwujemy postępujące zacieranie się granicy pomiędzy informacjami a publicystyką, co w konsekwencji zmienia współczesną konwencję komunikacyjną. Prowadzi to często do degradacji serwisów informacyjnych, a także podważa zasadność stosowania wyznaczników „tradycyjnych” gatunków medialnych. Zmiana konwencji komunikacyjnej we współczesnych mediach wymaga przede wszystkim wykorzystania do jej analizy kontekstu kulturowego, który decyduje o sposobach tworzenia przekazów i sposobach odbierania treści medialnych, ujawnia mechanizm perswazji stosowany przez nadawcę oraz nasilającą się jednocześnie konwergencją oddolną, przejawiającą się w sposobach nadawania przez odbiorców sensu docierającym do nich treściami.

The problems of contemporary media genology

Abstract

The paper is an attempt at clarifying the object of research into media genology, distancing itself from literary studies genology. In the era of convergence of mass media, we can observe a progress in the blurring of the border between information and journalism, which consequently changes the contemporary communicative convention. As a result, information services are often degraded and the sense of implementing 'traditional' indicators of mass media genres is questioned. The change of communicative convention in contemporary mass media requires, above all, the use of cultural context for its analysis, as it determines the methods of creating messages and means of receiving them. It also reveals the mechanism of persuasion, which is used by the broadcaster, as well as the simultaneous strengthening of bottom-up convergence, which is visible in the ways in which recipients broadcast the sense of messages they get.

Słowa kluczowe: gatunek medialny, sytuacja komunikacyjna, konwergencja oddolna, wspólnota komunikacyjna

Key words: mass media genre, communicative situation, bottom-up convergence, communicative community

Janina Hajduk-Nijakowska – prof. dr hab., kulturoznawca, folklorystka, interesuje się zagadnieniami pamięci społecznej i potocznej świadomości historycznej, genologią folklorystyczną i medialną, funkcjonowaniem folkloru w dobie rozwoju środków masowego przekazu i nowych mediów. Pracuje w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Opolskiego. Autorka ponad 100 artykułów i rozpraw. Opublikowała m.in. monografie: *Żywioł i kultura. Folklorystyczne mechanizmy osvajania traumy* (2005), *Doświadczenie pamięci. Folklorystyczny kontekst opowieści wspomnieniowych* (2016); jest współautorką m.in. następujących publikacji: *Nowe konteksty badań folklorystycznych* (2011). *Praktykowanie tradycji w społeczeństwach posttradycyjnych* (2014).