

# WSTĘP

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.01>

Wiele ze słów Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz, wyrażonych w 2013 roku, pozostaje wciąż aktualnych:

Współczesne orientacje w badaniach nad mediami czerpią swobodnie z dorobku metodologicznego całego spektrum nauk społecznych i humanistycznych, od estetyki i historii sztuki, poprzez językoznawstwo, psychologię, psychologię społeczną, socjologię, antropologię i politologię, aż po ekonomię i nauki o zarządzaniu. Brak wielkiej teorii i metodologicznej odrębności może być traktowany jako niedostatek, współcześnie stanowi jednak raczej siłę dyscypliny: umożliwia badaczowi swobodne wędrówki ponad granicami różnych nauk o człowieku i społeczeństwie, otwiera na nowe pytania i nietypowe sposoby ich rozwiązywania, pozwala na tworzenie multidyscyplinarnych projektów badawczych i współpracę między przedstawicielami różnych nauk (Lisowska-Magdziarz 2013: 27).

Jedyna zmiana dotyczy tego, że dziś nie zastanawiamy się, czy mamy szanse na nomotetyczność badań komunikacji i mediów (Lisowska-Magdziarz 2013: 41), ale na jakich zasadach ich metodologiczny pluralizm może funkcjonować i jakie kierunki może przybrać jego rozwój, zwłaszcza w zmieniających się warunkach prawnych dyscypliny (Jabłonowski, Mielczarek 2018; Lisowska-Magdziarz 2019; Pruchnik 2020). Ponieważ same nauki o komunikacji społecznej są bardzo eklektyczne (zob. Goban-Klas 2008; Hofman 2015; Lisowska-Magdziarz 2013, 2019; Jabłonowski, Mielczarek 2018), to i właściwy im eklektyzm metodologiczny stanowi ich naturalną cechę.

Na te swoistości nauk o komunikacji społecznej i mediach nakłada się wręcz ekspansywny (w jak najbardziej pozytywnym znaczeniu tego słowa), rozwijający się trend multi-, inter- i transdyscyplinarności (Kita 2012), właściwy nie tylko badaniom mediów i komunikacji, ale całej nauce. Warto też pamiętać, że szybko zmieniająca się rzeczywistość komunikacyjna stwarza nowe pola zainteresowań, ale też często wymusza wypracowanie nowego instrumentarium badawczego. Otwartość metodologiczna staje się potrzebą i niemal koniecznością.

Naturalne jest więc, że w takich warunkach, kiedy naukowcowi brakuje rozwiązania metodologicznego w pełni go satysfakcjonującego, musi wcześniej czy później dojść do wypracowania własnych metod badawczych, zwykle już znanych, ale zmodyfikowanych do uzyskania nowych celów, zaadaptowanych z innych pól badawczych albo łączących różne rozwiązania. W tej książce właśnie takie metody przedstawiamy.

My, autorzy, czyli grupa badaczy z Katedry Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego, chcemy podzielić się propozycją swoich rozwiązań metodologicznych, dlatego zbiór metod, jakie tu przedstawiamy, z założenia nie jest zamknięty ani wyczerpujący, za to często autorski i w naszej ocenie przydatny do badania mediów i komunikacji.

W celu zobrazowania tej badawczej użyteczności każdą z proponowanych metod pokazujemy kompleksowo, tj. zarówno teoretycznie, jak i w praktyce badawczej. Stąd też określona struktura książki. Każdy rozdział poświęcony danej metodzie ma dwa podrozdziały: jeden – prezentujący teoretyczne zaplecze wybranej metody i drugi – pokazujący analizę konkretnego materiału z wykorzystaniem uprzednio scharakteryzowanej metodologicznej propozycji.

Rozdziały „teoretyczne” są ponadto skonstruowane według jednego wzorca, tj. staramy się przedstawić rodowód metody, jej cele, zakres przedmiotów badawczych i materiału badawczego oraz sposób analizy, choć oczywiście proporcje takiego opisu oraz ich kolejność bywają zmienne, dostosowywane do omawianej materii. Z kolei kompozycja rozdziałów „analitycznych” została ściśle dopasowana do wymogów metody, konkretnego celu badawczego i jej materiału analitycznego. W tych rozdziałach przeprowadza się konkretną analizę konkretnego zjawiska z użyciem wcześniej opisanej metody, każdorazowo więc nieco inaczej wygląda ich konstrukcja.

Opis zawartości niniejszego tomu warto poprzedzić uwagą dotyczącą kwestii aparatu badawczego i reprezentowanego tutaj podejścia. Ponieważ niniejsze opracowanie dotyczy różnych metod badania mediów i komunikacji, dla precyzji i przejrzystości wyводу należy zaznaczyć, jak rozumiemy takie pojęcia jak *metoda badawcza*, *technika*, *narzędzie*, *procedura*, *metodyka* i wreszcie *metodologia*. Nie zawsze konieczne jest dosłowne posługiwanie się tymi terminami w rozdziałach składających się na niniejszy tom, ale zawsze takie jak niżej rozumienie tych pojęć przyświecało naszej pracy badawczej i tym samym redakcji poszczególnych rozdziałów.

*Metoda badawcza* to dla nas ściśle określony sposób postępowania służący realizacji określonych celów badawczych (typowych dla danej metody) (Apanowicz 2005: 55–56, por. Kawa 2013: 173). Za *technikę badawczą* uznajemy szczegółowe czynności pozwalające gromadzić, uporządkować czy przechowywać potrzebne dane, stąd *technika* stanowi pojęcie węższe od *metody*, a wśród jej przykładów wymienić można ankietowanie, badanie dokumentów czy obserwację (Apanowicz 2005: 57–58). *Narzędzie badawcze* natomiast to szczegółowe rozwiązanie służące realizacji danej techniki badawczej, urządzenie techniczne, aparatura pomiarowa, słowem: to, co służy rejestracji i przechowywaniu danych, czyli np. kamera, dyktafon, oprogramowanie komputerowe, ale też kwestionariusz ankiety, arkusz obserwacji czy test (Apanowicz 2005: 58–59). O ile *technikę badawczą* ujmujemy się w kategoriach czynności, o tyle *narzędzie badawcze* postrzega się jako instrument, aparaturę do gromadzenia i przechowywania danych

(Apanowicz 2005: 58). Za *procedurę badawczą* uznajemy określoną sekwencję technik z wykorzystaniem danych narzędzi badawczych, stosowaną w celu realizacji założeń konkretnego badania (por. Apanowicz 2002: 38). Bardzo ważne jest precyzyjne zdefiniowanie *metodologii*, która często bywa mylona z *metodą*. Tymczasem *metodologia* to „nauka o czynnościach poznawczych badań naukowych oraz wytworach poznawczych tych czynności” (Apanowicz 2002: 9, zob. też Kawa 2013: 172–174). Tym samym w centrum zainteresowania *metodologii* znajdują się *metody badawcze* i efekty zastosowania tych *metod* (Apanowicz 2002: 9); to nauka o metodach, nie sama metoda. Odzwierciedlenie tego podejścia Czytelnik znajdzie w niniejszej monografii.

Porządek prezentowanych w tym tomie treści narzuciła sama problematyka – naturalny dla opisywania metod jest układ, w którym każdy rozdział opisuje inną metodę. Materiał i przedmiot badawczy uznaliśmy jednak za nadrzędne dla tego porządku, dlatego całość niniejszego opracowania podzielona została na dwie części. W pierwszej z nich (I. Badanie mediów tradycyjnych) pokazujemy metody badania wybranych aspektów prasy, telewizji i radia, możliwych do uchwycenia przez ukazane tutaj metody. W drugiej części (II. Badanie komunikacji – interdyscyplinarnie) pierwszoplanową rolę odgrywa nie tyle medium, co zjawisko w komunikacji, którego analizie służy dana metoda (wizerunek, ideologia, performans). W każdej części poszczególne rozdziały poświęcono innej metodzie. Każdy rozdział – jak wyżej wspomniano – dzieli się na „teoretyczny” i „analityczny”.

Dwa pierwsze rozdziały części I przedstawiają metody reprezentujące nurt badań retorycznych w tradycji neoarystotelesowskiej. Rozdział 1 poświęcony został (neoklasycznej) analizie retorycznej George’a Kennedy’ego w perspektywie medioznawczej. Ten rodzaj analizy Monika Worsowicz opisała w rozdz. 1.1, a w rozdz. 1.2 dokonała egzemplifikacji na przykładzie tekstu Jarosława Kurskiego z „Gazety Wyborczej” pt. *Prezydent Obywateli*. Metoda ta jest ciekawa, dlatego że pierwotnie opracowano ją na potrzeby egzegezy biblijnej, ale jej potencjał pozwala na wykorzystywanie szerokiej perspektywy widzenia materiału badawczego (warsztat dziennikarski, genologia, dyskurs publiczny, wystąpienia publiczne, odbiór przekazów medialnych itd.) bez zawężania go do wybranych zagadnień teorii retorycznej (jak np. skuteczność argumentacyjna czy aparat tropologiczny).

W tym samym nurcie badań retorycznych w tradycji neoarystotelesowskiej mieści się analiza reportażu telewizyjnego, będąca przedmiotem rozważań rozdziału 2. Rozdział metodologiczny (2.1), przygotowany przez Bogumiłę Fiołek-Lubczyńską, ukazuje, czym jest reportaż telewizyjny i jak badać go retorycznie, tj. wskazywać wykorzystanie reguł neoklasycznej retoryki do tworzenia skutecznej wypowiedzi o cechach artystycznych. Realizację tej perspektywy badawczej obrazuje Krzysztof Grzegorzewski na przykładzie analizy filmu dokumentalnego Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego pt. *Moja Misja* (rozd. 2.2).

Rozdział 3 traktuje o metodzie komunikatywistycznej w analizie genologicznej, pozwalającej po raz pierwszy w gatunkach dostrzec scenariusze genologiczne, według których tworzone i interpretowane są konkretne teksty kultury. W rozdz. 3.1 Rafał Siekiera nakreśla punkt wyjścia w komunikatywistycznej analizie genologicznej, a w rozdz. 3.2 przybliży wykorzystanie metody na przykładzie badania telewizyjnych serwisów informacyjnych. Połączenie osiągnięć gramatyki komunikacyjnej Grażyny Habrajskiej i Aleksego Awdiejewa z ustaleniami genologicznymi reprezentuje silny w nauce trend integracji perspektyw badawczych, w tym przypadku genologii lingwistycznej, pragmalingwistyki i komunikologii.

Rozdział 4 to kolejny przykład interdyscyplinarnego podejścia, polegającego jednak nie na łączeniu, lecz na adaptacji rozwiązań metodologicznych z jednego pola badawczego do warunków innego. Metoda krytyczna Edmunda Feldmana była bowiem pierwotnie metodą analizy sztuk wizualnych. Natalia Kowalska-Elkader pokazuje w rozdz. 4.1 zaplecze teoretyczno-metodologiczne pozwalające na wykorzystanie tej metody do badania artystycznych i eksperymentalnych audycji radiowych, a w rozdz. 4.2 przedstawia próbkę analizy na przykładzie reportażu radiowego, słuchowiska eksperymentalnego i eksperymentu radiowego. Ponieważ struktura dzieł kształtuje ich treść, a krytyczna metoda Feldmana pozwala na analizę dzieła zarówno pod względem treści, jak i jego formy, to badanie artystycznej materii radiowej prowadzone jest tutaj w sposób holistyczny i spójny.

Część dotyczącą mediów zamyka rozdz. 5 autorstwa Joanny Bachury-Wojtasik i Kingi Sygizman, poświęcony technice analizy artystycznych gatunków radiowych. W części teoretyczno-metodologicznej (5.1) skoncentrowano się na zagadnieniach techniki analizy montażu i sposobu opisu artystycznych gatunków radiowych, traktując montaż i stosunek autorów do faktów jako kluczowe kategorie analityczne. W części 5.2 autorki wykorzystują wspomnianą technikę do ukazania dokument(alności) i kreacyjności audycji Katarzyny Michalak i Marty Rebdy. Spojrzenie na artystyczne gatunki radiowe przez pryzmat idiostylu danego autora reprezentuje jeden ze współczesnych nurtów opisu i analizy reportażu radiowych oraz słuchowisk.

W części II niniejszego opracowania nie tyle skupiono się na materiale medialnym, ile na zjawiskach komunikacyjnych właściwych dla wielu mediów. Tak jak zapowiada sam tytuł tej części (Badanie komunikacji – interdyscyplinarnie), każda z metod łączy pewne stanowiska, perspektywy badawcze, paradygmaty czy dyscypliny w celu eksploracji różnych zjawisk komunikacyjnych (ideologia, wizerunek, performans).

O ile w rozdz. 3 jeden z wariantów metody komunikatywistycznej wykorzystano do analizy genologicznej, o tyle w rozdz. 6 inny jej wariant, łączący perspektywę komunikologiczną i pragmalingwistyczną z politologiczną, wskazuje na możliwości badania ideologii. Metodę komunikatywistyczną w roli metodologicznego rozwiązania, pozwalającego konstruować profile ideologiczne obecne w dyskursie politycznym, przedstawia Anita Filipczak-Białkowska w teoretyczno-

-metodologicznym rozdz. 6.1. W kolejnym (6.2) za pomocą tej metody przeprowadza analizę ukazującą eklektyzm ideologiczny polskich partii politycznych. Metoda komunikatywistyczna jako narzędzie do badania ideologii, rozwijając możliwości analizy dyskursu, pozwala na systematyczną analizę przekazu i otwiera dostęp do treści ideologicznych nieujawnionych na poziomie tekstu, ale zawartych w głębokich strukturach sensu. Ponadto, wychodząc poza wewnątrzsystemowe rozważania lingwistyczne, umożliwia uzupełnienie analiz prowadzonych w obrębie dyscyplin stricte społecznych.

Rozdział 7 poświęcono triangulacji eksperymentu z analizą dyskursu w celu badania wizerunku, czyli metodzie łączącej metody badań społecznych i humanistycznych. W rozdz. 7.1 Anna Barańska-Szmitko ukazuje teoretyczno-metodologiczne zaplecze dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym. Egzemplifikację jej zastosowania w praktyce badawczej przedstawia na przykładzie tekstów Wojciecha Drewniaka z książek cyklu *Historia Bez Cenzury*. To pierwsza metoda związana z badaniem wizerunku, która daje możliwość zdefiniowania sposobów komunikowania poszczególnych cech wizerunkowych autora wypowiedzi na podstawie empirycznych danych. Podobnie jak metoda z poprzedniego rozdziału, także i ta realizuje silny w lingwistyce trend poszerzania i/lub przekierowywania badań skupionych na systemie języka w stronę właściwości języka w działaniu (dyskursu) i szukania nowych możliwości metodologicznych badania tego obszaru.

Ostatni rozdział (8) poświęcony jest metodzie studium przypadku (*case study*) – empirycznego badania skoncentrowanego na zjawiskach wymagających pogłębionej analizy ze względu na ich złożoność lub unikalność. Obecnie metoda ta znajduje zastosowanie w wielu dziedzinach nauki, w przypadku komunikacji zwykle służy zrozumieniu zachodzących w czasie komunikowania procesów i ich konsekwencji. Błażej Filanowski w rozdz. 8.1 przybliży tę metodę oraz wyodrębni w jej ramach różnorodne strategie badawcze, a w rozdz. 8.2 przeprowadza studium przypadku wybranego wydarzenia, w którym performans kulturowy staje się czynnikiem wpływającym na selekcję informacji przez media. Autor za pomocą analizowanego przykładu identyfikuje specyficzny mechanizm medialny oraz prezentuje go jako potencjalnie inspirujący do kolejnych rozwiązań metodologicznych.

Zarysowaną wyżej główną treść uzupełniają usytuowane na końcu książki indeks rzeczowy oraz indeks nazwisk, a także noty o autorach, przybliżające ich sylwetki.

Jako redaktor niniejszego tomu dziękuję gorąco wszystkim Kolegom i Koleżankom, którzy entuzjastycznie zareagowali na pomysł powstania tej publikacji, a potem z dużym zapałem i zaangażowaniem uczestniczyli w procesie jej tworzenia, począwszy od klarowania jej koncepcji, przez redakcję rozdziałów, aż po ostatnie szlify. Dziękuję też Recenzentce, prof. dr hab. Małgorzacie Lisowskiej-Magdziarz, za wnikliwe, przygotowane z dużą uwagą recenzje, które ulepszyły niniejszą książkę, ale i naszą pracę badawczą w ogóle.

Przedstawione przez nas metody badawcze z jednej strony sytuują się we wspomnianym na początku zbiorze określonych trendów i właściwości nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauki w ogóle – nasze propozycje silnie bowiem wykazują interdyscyplinarne zaplecze badawcze, w tym łączenie perspektyw, adaptowanie ich na nowe pola i do badania nowych materii. Z drugiej strony każda z tych metod ma pewne autorskie piętno, którego chyba nie sposób nie odcisnąć, prowadząc własne badania naukowe. Potraktować ten tom można zatem jako swego rodzaju „niezbędnik badacza”, zwłaszcza tego stawiającego w nauce pierwsze kroki, ale można też widzieć w zawartych tu propozycjach źródło wiedzy o sposobach tworzenia różnych naukowych rozwiązań metodologicznych, co z kolei może być przydatne dla bardziej wprawnych adeptów nauki. Mamy tym samym nadzieję, że prezentowana tu zawartość stanowić będzie inspirację dla badaczy do poszukiwania własnych dróg, własnych sposobów, własnych metod badania rzeczywistości komunikacyjnej.

Anna Barańska-Szmitko  
redaktor tomu

## Literatura

- Apanowicz Jerzy (2002), *Metodologia ogólna*, Bernardinum, Gdynia.
- Apanowicz Jerzy (2005), *Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej*, Prace doktorskie, prace habilitacyjne, Difin, Warszawa.
- Goban Klas Tomasz (2008), *Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk o mediach*, „*Studia Medioznawcze*”, nr 33, s. 11–19.
- Hofman Iwona (2015), *Multigenetyczność dziennikarstwa w nauce i dydaktyce*, „*Rocznik Nauk Społecznych*”, t. 7 (43), nr 3, s. 113–124.
- Jabłonowski Marek, Mielczarek Tomasz (2018), *Komunikowanie społeczne i media – federacja, a nie inkorporacja*, „*Studia Medioznawcze*”, nr 75, s. 13–27.
- Kawa Jerzy (2013), *Metodologia, metodyka, metoda jako podstawa wywodu naukowego*, „*Studia Prawnoustrojowe*”, nr 21, s. 169–188.
- Kita Małgorzata (2012), „*Razem*”: konsiliencja, interdyscyplinarność, transdyscyplinarność, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślawska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 11–30.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2013), *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, „*Studia Medioznawcze*”, nr 53, s. 27–42.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2019), *Media i komunikowanie społeczne: federacja, ale jaka? Dalsze pytania o przyszłość dyscypliny*, „*Studia Medioznawcze*”, nr 77, s. 118–129.
- Pruchnik Piotr (2020), *Identyfikacja trendów w polskich mediach na przykładzie kwartalnika „Studia Medioznawcze”. Wykorzystanie narzędzi Big Data*, „*Studia Medioznawcze*”, nr 80, s. 412–428.