

Joanna Bierówka, Marta du Vall

**SPRAWOZDANIE Z V OGÓLNOPOLSKIEJ KONFERENCJI
METODOLOGICZNEJ MEDIOZNAWCÓW
I IV EDYCJI WARSZTATÓW METODOLOGICZNYCH
MEDIOZNAWCÓW, Z KONFERENCJI *CyberRE 5.0*.
ORAZ Z KONFERENCJI *CYFROWE WYZWANIA. KOMPETENCJE
CYFROWE: BADANIA, STRATEGIE, PRAKTYKA***

V Ogólnopolska Konferencja Metodologiczna Medioznawców oraz IV edycja warsztatów metodologicznych medioznawców

V Ogólnopolska Konferencja Metodologiczna Medioznawców *Interne-
towość mediów masowych w czasach mediamorfoz, cyfryzacji i konwergencji –
nowa ekologia mediów* miała miejsce 21 listopada 2014 roku. Organizatorami
konferencji i towarzyszących jej warsztatów była Fundacja na rzecz Rozwoju
Szkolnictwa Dziennikarskiego i Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu War-
szawskiego. Impreza ta ma charakter cykliczny jej owocem są kolejne publikacje
poświęcone badaniom mediów. Ostatnia publikacja pod redakcją Tomasza Gac-
kowskiego organizatora i prowadzącego konferencję, wicedyrektora Instytutu
Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego i kierownika Laboratorium Badań
Medioznawczych nosi tytuł *Metodologie badań medioznawczych*.

Organizatorzy zakreślając tematykę jubileuszowej V OKMM odnieśli się
do ostatniej książki Karola Jakubowicza *Nowa ekologia mediów. Konwergen-
cja i metamorfoza*. W publikacji tej autor charakteryzuje gwałtowne przemiany,

które zachodzą w obrębie środowiska medialnego, rodząc w nim „nieporządek”. Książka ma być próbą przewidywania na czym nowy „porządek” w ekosystemie medialnym miałyby polegać. Pojęcia, które służyły Jakubowiczowi do nakreślenia głównych tendencji przemian w środowisku medialnym to dematerializacja, digitalizacja, nielinearność, personalizacja, indywidualizacja, prosumpcja, wielopodmiotowość, dezinstytucjonalizacja i dezintermediacja oraz *crowdsourcing*.

Jak więc ma postępować badacz mediów, które podlegają tak głębokiej metamorfozie i konwergencji? Czy dotychczasowe założenia, metody, techniki, narzędzia badawcze nadal mają zastosowanie? I – co wydaje się fundamentalne – co właściwie stanowi przedmiot tych badań. Media znajdują dziś swoje zastosowanie we wszystkich dziedzinach życia i niemal we wszystkich aktywnościach ludzkich. Zatem przedmiot eksploracji medioznawczych poszerza się, zmienia i wymaga nowego podejścia badawczego. V OKMM może stanowić egzemplifikację podejścia badaczy mediów do tej problematyki. Co było przedmiotem badań, które relacjonowane były przez prelegentów konferencji? Książki, prasa, audycje radiowe, programy telewizyjne, blogi, strony internetowe, profile na Facebooku, komiksy, filmy, gatunki dziennikarskie. Jeśli chodzi o formy aktywności, nad którymi pochylali się biorący udział w konferencji badacze to znalazło się tam nadawanie i odbiór treści, działania z zakresu public relations, reklama, autoprezentacja, rozrywka, motywacje, nadawanie i negocjowanie znaczeń. Tak więc niezwykle szeroko zarysowano pole badawcze medioznawców, wkraczając obszary wielu dziedzin nauki, między innymi filozofii, socjologii, psychologii.

Pytanie *jak badać współczesne media i sposoby ich użytkowania* wyrażone zostało w niektórych wystąpieniach *explicite*, dominowało także podczas konferencyjnych dyskusji. Nowe technologie dają ogromne możliwości jeśli chodzi o rejestrowanie, analizowanie, porządkowanie danych, które obrazują aktywności ich użytkowników. Znajduje to zastosowanie w reklamie i marketingu, ale czy także w nauce? Cyfrowość mediów, digitalizacja archiwów pozwala wykorzystać specjalnie stworzone w tym celu narzędzia do analizowania ich treści. Wydaje się więc, że współcześnie dla badaczy coraz mniejszym problemem jest wygenerowanie danych. Natomiast poszukiwane są sposoby sensownego ich analizowania. Między innymi temu służyć mają towarzyszące konferencji warsztaty, które ją poprzedziły i miały miejsce 20 listopada 2014 roku. Była to ich IV edycja i obejmowała trzy grupy warsztatowe. Pierwsza z nich *Analiza sekwencyjna* prowadzona był przez prof. dr hab. Adam Pawłowskiego. Współpracując z konsorcjum CLARIN.PL rozwija on chronologiczny korpus polskich tekstów prasowych. W ramach panelu przedstawił założenia ilościowej analizy danych w odniesieniu to tego właśnie korpusu. Nie trudno sobie wyobrazić możliwości jakie rodzą się przed badaczami, którzy dysponować będą tak wyjątkowa bazą danych oraz narzędziami jej analizy. Kolejny warsztat *Analiza konwersacyjna* prowadzony był przez dr Radosława Sojaka, który przedstawił historię tego typu analiz oraz ich założenia epistemologiczne i metodologiczne. Następnie uczestni-

cy wykorzystali tę metodę do analizy wybranego przez prowadzącego programu publicystycznego. Warsztat *Analiza semiologiczna* poświęcony został znaczeniu jakie badacze mediów przypisują stosowanym przez siebie pojęciom. Jego celem było odkrycie konsekwencji jakie niesie przyjęcie takich a nie innych założeń metodologicznych.

Uczestnicy warsztatów brali również udział w prezentacji nowo powstałej placówki naukowo-badawczej przy Instytucie Dziennikarstwa UW – Laboratorium Badań Medioznawczych UW. Jest to miejsce gdzie realizuje się szereg inicjatyw badawczych przy użyciu nowoczesnego sprzętu jak między innymi aparatura do rejestrowania kilkunastu kanałów radiowych i telewizyjnych w czasie rzeczywistym, oraz najnowocześniejszy na rynku okuloGRAF, czyli urządzenie do badania ruchów gałki ocznej. W pracowni prowadzi się także monitoring przestrzeni internetowej, istnieje tu również studio CATI i fokusownia.

Wystąpienia prelegentów podczas konferencji, udział w dyskusjach i warsztatach, poznanie możliwości LBM to źródło wiedzy, doświadczeń i inspiracji o niezaprzeczalnej wartości dla naukowców zajmujących się badaniem mediów. Warto więc zainteresowanych poinformować, że kolejna VI OKMM i towarzyszące jej warsztaty odbędą się 19 i 20 listopada 2015 roku. Temat przyszłej konferencji brzmi *Grywalizacja mediów czyli o zmianach w komunikacji społecznej*.

CyberRE 5.0

O najistotniejszych aspektach biznesu, badań i konsumpcji w epoce postcyfrowej dyskutowano podczas konferencji CyberRE 5.0, która odbyła się 4 marca 2015 roku w Centrum Nauki Kopernik w Warszawie. CyberRE 5.0 jest kontynuacją czterech edycji konferencji Cyberresearch – jednego z najważniejszych w Polsce wydarzeń poświęconego badaniom cyberprzestrzeni. Odbywająca się cyklicznie od 2010 roku konferencja zgromadziła dotychczas blisko 700 uczestników, którzy wysłuchali blisko 100 prelegentów i prelegentek. Organizatorem wydarzenia było Polskie Towarzystwo Badaczy Rynku i Opinii wspierane przez licznych partnerów. Jak można przeczytać na stronie internetowej konferencji¹, jest ona najważniejszą w Polsce przestrzenią dyskursu o styku cyfrowości i konsumpcji.

W tym roku, bogaty program konferencji, na który składało się blisko 20 merytorycznych wystąpień przedstawicieli świata nauki, biznesu, administracji państwowej i organizacji pozarządowych, został wzbogacony o tzw. CyberExpo oraz CyberShowroom, gdzie prezentowane były narzędzia do eksploracji postaw konsumenckich, rozpiętych między realnym a cyfrowym światem.

Program konferencji został podzielony na 4 bloki tematyczne:

- „CyberTutorial”, moderowany przez Katarzynę Zaniewską z Totalizatora Sportowego i Tomasza Opalskiego z ING Bank Śląski, poświęcony zagad-

¹ <http://www.ptbrioo.pl/cyber50>.

nieniom metodologicznym badań internetowych, na który składało się pięć referatów, poświęconych m.in. nowym narzędziom i związanym z ich wykorzystaniem nowym problemom, jak również badaniom etnograficznym dla rozwiązań cyfrowych.

- „Społeczeństwo postcyfrowe”, moderowany przez Mirosława Filiciaka z SWSP i Michała Kociankowskiego z Synergion, poświęcony społecznym konsekwencjom przemian technologii i mediów. W prezentowanych wystąpieniach słuchacze mogli uzyskać informacje m.in. o potencjale otwartych danych, o tym jak rozmawiać z „cyborgami”, czy o nowych możliwościach uczelni poszukujących danych o swoich „klientach”.
- „Wyzwania CyberKomunikacji”, moderowany przez Marcina Grabowskiego z AMS i Marcina Skowrońskiego, poświęcony efektywnej komunikacji, której współczesny, złożony charakter sprawia, że musimy mierzyć się z nowymi wyzwaniami. Prelegenci mówili m.in. o dojrzałym pomiarze mediów społecznościowych, o liderach opinii oraz jak w sposób efektywny dotrzeć do dzisiejszych konsumentów.
- „Postcyfrowe PC”, moderowany przez Agnieszkę Łebkowską z Akademii Skuteczności i Tomasza Jędrkiewicza z T-Mobile, podczas którego zwracano uwagę na fakt, że nigdy dotąd technologia nie była tak osobista i spersonalizowana jak dzisiaj. Rozważania oscylowały wokół nowoczesnych narzędzi i wszechdostępnej sieci internetowej, czyli zjawisk które zmieniają świat, pomagają tworzyć nowe rzeczywistości i zmieniają sposób funkcjonowania ludzi.

Obrady w ramach bloków tematycznych poprzedzone zostały otwarciem, podczas którego jednym z mówców był Krzysztof Liedel z Biura Bezpieczeństwa Narodowego, który zaprezentował podstawowe założenia doktryny cyberbezpieczeństwa RP. Natomiast na zakończenie konferencji uczestnicy mogli wysłuchać Wojciecha Ozimka z one2tribe, który mówił o ekonomii zaangażowanej, odwołując się do powszechnego dziś trendu lajków i „szerów”.

Konferencja CyberRE jest doskonałym miejscem łączącym perspektywę naukową i marketingową. Traktując internet jako najbardziej skomplikowane współcześnie medium, swoisty hub medialny zaspokajający wiele, różnorodnych potrzeb i poprzez proponowanie nowych podejść w badaniach rynków i opinii inspiruje zarówno badaczy, jak i marketerów. Jednocześnie uświadamia licznym grupom obecnych, jak i przyszłych interesariuszy rangę, jaką spełniają tego rodzaju badania. W przyszłym roku kolejna edycja CyberRE, gorąco polecamy udział tak czynny, jak i bierny.

Cyfrowe wyzwania. Kompetencje cyfrowe: badania, strategie, praktyka

22 kwietnia 2015 roku w Bibliotece Uniwersyteckiej w Warszawie odbyła się konferencja poświęcona kompetencjom cyfrowym. Jej organizatorami byli Insty-

tut Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych Uniwersytetu Warszawskiego i Centrum Cyfrowe Projekt: Polska. Konferencja objęta została patronatem honorowym Ministra Cyfryzacji i Administracji a jej partnerem była fundacja Orange. Wydarzenie to było pewnego rodzaju kontynuacją. Rok temu odbyła się konferencja pod tą samą nazwą, która poświęcona była prezentacji wyników badań nad kompetencjami cyfrowymi. Obecnie organizatorzy postawili przed sobą następujący cel: *chcemy zastanowić się, jak można przekuć wiedzę badawczą i doświadczenia pozyskane w projektach na polityki kształtowania działań edukacyjnych*². Kontekstem do poszukiwania praktycznych rozwiązań w zakresie kształtowania kompetencji cyfrowych jest Program Operacyjny Polska Cyfrowa 2014–2020, a zwłaszcza jego trzecia oś, która poświęcona jest właśnie nabywaniu i rozwojowi tychże kompetencji. Punktem wyjścia do dyskusji powinno stać się ich zdefiniowanie. W Polsce istnieje szereg ważnych inicjatyw, które zmierzają do stworzenia katalogów kompetencji cyfrowych, medialnych, informacyjnych czy też informatycznych. Szczególnie należy tu wymienić inicjatywę Fundacji Nowoczesna Polska i stworzony przez nią *Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*, czy też model kompetencji związanych z korzystaniem z internetu stworzony w ramach projektu *Dzieci Sieci*, oraz *Dzieci Sieci 2.0*³ oraz prezentowany podczas konferencji *relacyjny model kompetencji cyfrowych*, stworzony przez Centrum Cyfrowe. W panelu poświęconym pomiarowi kompetencji oraz ich kształtowaniu zasiedli między innymi przedstawiciele tych organizacji Alek Tarkowski (Centrum Cyfrowe Projekt: Polska) Dorota Górecka (Fundacja Nowoczesna Polska) oraz Krzysztof Głomb (Stowarzyszenie Miasta w Internecie), Grzegorz Ptaszek (Polskie Towarzystwo Edukacji Medialnej) i Dominik Batorski (Uniwersytet Warszawski), który od wielu lat redaguje część raportu *Diagnoza społeczna*, poświęcony użytkowaniu przez Polaków technologii cyfrowych⁴. W ramach dyskusji szukano odpowiedzi na pytanie skąd bierze się brak kompetencji cyfrowych? Jak należy zwiększać motywacje do ich zdobywania? Czy należy jedynie rozpoznawać potrzeby w zakresie użytkowania technologii czy także je kształtować? Czy istnieje jakiś zestaw kompetencji uniwersalnych czy zestawy te zależą od cech społecznych i demograficznych jednostki? Uczestnicząc w tej dyskusji odniosłam wrażenie, że wykroczyła ona poza kwestię kompetencji, które pozwalają korzystać z nowych technologii a dotknęła kompetencji, które są niezbędne aby funkcjonalnie dla siebie i otoczenia żyć w zmediatyzowanym świecie.

Jak wspomnieliśmy kontekstem do rozważań nad kompetencjami cyfrowymi był Program Operacyjny Polska Cyfrowa 2014–2020. Dlatego też jeden

² <http://centrumcyfrowe.pl/cyfrowe-wyzwania-2015-zapraszamy-na-konferencje> [dostęp: 3.05.2015].

³ P. Siuda et. al, *Dzieci sieci 2.0. Kompetencje komunikacyjne młodych*, Gdańsk 2013, s. 5.

⁴ Zob. m.in. D. Batorski, *Polacy wobec technologii cyfrowych – uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania*, [w:] *Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków – Raport*, red. J. Czapiński, T. Panek, Warszawa 2013.

z paneli poświęcony został kierunkom interwencji Państwa w zakresie kształtowania tychże kompetencji. W panelu tym wzięli udział między innymi Tomasz Napiórkowski reprezentujący Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji oraz Rafał Sukiennik reprezentujący Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju. Głównym zagadnieniem poruszonym podczas tego panelu było uzyskiwanie w wyniku realizowania projektów nakierowanych na kompetencje cyfrowe, długotrwałych efektów, które owocują także po zakończeniu projektu.

W toku obrad poruszono także wiele innych interesujących kwestii jak kompetencje cyfrowe gimnazjalistów w kontekście międzynarodowych badań ICILS, wykorzystanie technologii informacyjnych i komunikacyjnych w otoczeniu seniorów, czyli w tzw. srebrnej gospodarce. Zaprezentowano także *przrybnik trenera cyfrowego* a więc zestaw zasad, które wpływają na efektywność szkoleń z zakresu kompetencji medialnych.

Zgodnie z deklaracją organizatorów kolejna konferencja z cyklu *Cyfrowe wyzwania* już za rok.