

Sprawozdanie z III międzynarodowej konferencji „International Conference on Communication & Media Studies”, Berkeley, 18–19 października 2018

Karolina Brylska, Tomasz Gackowski, Anna Mierzecka

International Conference on Communication & Media Studies”, zorganizowana na Uniwersytecie Kalifornijskim w Berkeley, zgromadziła niemal 160 prelegentów. Dzięki szczególnej organizacji pracy uczestników w panelach tematycznych, sesjach dyskusyjnych i spotkaniach networkingowych wydarzenie stało się okazją nie tylko do zaprezentowania własnych wyników badań, ale i realnej debaty i wymiany doświadczeń pomiędzy naukowcami z kilkudziesięciu ośrodków badań nad mediami i komunikacją.

Oba konferencyjne dni otwierały prezentacje gości specjalnych – *keynote speakerów*. W pierwszym dniu profesor David Karpf z George Washington University w referacie *What Happened to the Political Blogosphere: Tracing the Hidden Forces that Shape Alt-Media* omawiał zagadnienie wzajemnych relacji mediów cyfrowych (zwłaszcza blogosfery) i instytucji politycznych w kontekście zjawiska politycznego i społecznego aktywizmu. Karpf twierdzi, że media cyfrowe stworzyły nowy typ „słuchania” (*listening*) grup nacisku zorganizowanych w sieci. Zdaniem badacza widoczne fale e-petycji, „polubień”, hashtagów i wirusowych filmów sygnalizują wzrost znaczenia aktywnej opinii publicznej – organizacje polityczne starannie monitorują tę aktywność onli-

ne i wykorzystują ją do opracowania nowych strategii i narracji politycznych, które pomagają im odnieść sukces w rozwijającym się systemie mediów hybrydowych. Karpf zastrzega jednak, że nadmierna wiara w cyfrowe „słuchanie” może doprowadzić do osłabienia społeczeństwa obywatelskiego jako całości.

Drugi dzień konferencji otworzyła Berit Anderson, twórczyni i redaktor naczelna portalu i jednocześnie *think tanku* Scout (www.scout.ai). Anderson prezentowała mechanizmy i taktyki wpływania na opinię publiczną w sieci, realizowane zarówno przez podmioty polityczne, jak i biznesowe. Uczyniła to m.in., odnosząc się do afery Cambridge Analytica, w tym jej aktualnego stanu i bieżących konsekwencji. Przekonywała również, że istnieją sposoby skutecznej walki z przeciwnikami w cyberwojnach i zachęcała do kaskadowej edukacji użytkowników sieci – również w relacji nauczyciele akademicy–studenci. Całemu wystąpieniu Anderson towarzyszyło strategiczne pytanie o zagrożenie, jakie internet stanowi dla demokracji i jak rozwijać sieć, by to potencjalne zagrożenie ograniczać. Warto nadmienić, że prelegentka zaprezentowała również ciekawe zestawienia poświęcone aktywności internetowych trolli i botów, które na co dzień są „śledzone” i „mo-

nitorowane” przez wyrafinowane algorytmy tworzone i rozwijane w zespole programistów *think tanku* Scout.

Organizatorzy zorganizowali wygłoszone referaty w łącznie 39 sesji tematycznych: dzień pierwszy – “Strategic Engagement”, “Teaching and Learning”, “Reach and Representation”, “Popular Engagement”, “Community Connections”, “Media Matters”, “Global Perspectives”, “In the News”, “Political Waves”, “Creative Endeavors”, “Power of Persuasion”, “Digital Realities”, “Speaking Truth to Power”, “Trumped”, “Tech Trends”, “Critical Conversations”; dzień drugi – “Media Reflections”, “Cultural Frames”, “New Frontiers”, “Here We Are”, “Social Media Links”, “Shifting Terrain”, “Focus Discussions”, “Innovation Showcase”, “Virtual Lightning Talk”, “Connected Lives”, “Imagine All the People”, “Strategic Approaches”, “Political Ponderings”, “Newsworthy”, “Troubled Waters”, “Diverse Views”, “Notes on News”, “Democratic Debacles”, “New Literacies”, “Professional Concerns”, “Vive L’indépendance”, „Views and Reviews”, „Contemporary Considerations”. Jak widać choćby po tytułach poszczególnych sesji, niektóre z nich utrzymywały większą spójność tematyczną, inne łączyła przede wszystkim perspektywa badawcza lub teoretyczna.

Na konferencji w Berkeley Polskę reprezentowało kilkoro badaczy: dr hab. Magdalena Mateja z Wydziału Politologii i Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu (referat *Patterns of Communist Regime Propaganda in Present-time Polish Public Television*), dr Piotr Zanko oraz dr Michał Rauszer z Wydziału Pedagogiki Uniwersytetu Warszawskiego (referat *Cultural Practices of New Nationalism in Poland*), dr Longina Strumska-Cylwik z Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego (referat *The Educational Value of Internet Communication Space from the Perspective of Its Users*) oraz troje akademików z Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego: dr

hab. Tomasz Gackowski (referat *Trump’s Twiplomacy: How Are Trump’s Tweets Resonating in Polish Press Discourse?*), dr Karolina Brylska (referat *United States of America, Russian Federation and International Organizations in the Polish Press Discourse on 2014–2015 Crimea Events – Roles, Significance, Motivations*) oraz dr Anna Mierzecka (referat *Media as Sources of Political Information: Comparative Analysis of Young People’s Behavior before Presidential Elections in Poland and Lithuania*).

Zrelacjonowanie w tym miejscu przebiegu wszystkich interesujących referatów jest niemożliwe, dlatego prezentujemy kilka słów o wybranych, wzbudzających ożywioną i interesującą dyskusję.

Dużą popularnością wśród uczestników konferencji cieszyła się sesja zatytułowana (znacząco) *Trumped* i poświęcona treści i formie komunikowania się prezydenta Donalda Trumpa. Podejmowano w niej zagadnienia konstruowania tożsamości online z wykorzystaniem zjawiska *fake news* i *fake media* (Elisa Kannasto z University of Applied Sciences w Seinäjoki, referat *Fake Media and Trump’s Image in the Presidential Election of 2016: A Secondary Construction of Online Identity*), wpływu nowych mediów na procesy wyborcze w kontekście ograniczonych kompetencji odbiorców (Black Hawk Hancock, DePaul University, Chicago, USA, referat *From Subjugated Knowledges to Alternative Facts: News Media and the Politics of Truth in the Trump Era*) czy wykorzystania Twittera jako narzędzia *soft power* i wpływu na dyskurs mediów tradycyjnych (Tomasz Gackowski, UW, Polska, referat *Trump’s Twiplomacy: How Are Trump’s Tweets Resonating in Polish Press Discourse?*). W sesji Q&A dyskutowano o znaczeniu mediów społecznościowych we współczesnych procesach wyborczych i wpływie, jaki prezydent Trump wywiera na kształtowanie dyskursu o polityce w Stanach Zjednoczonych i w innych krajach świata.

Wątek jakości nowoczesnej komunikacji politycznej podejmowano zresztą w wielu kon-

ferencyjnych prezentacjach. W zajmujący sposób mówił o nim Lars Holmgaard Christensen z Aalborg University Copenhagen w Danii (referat *Anyone Can Publish, But Whom Will We Trust?: Factional Strategies for News Production in a Polyfactual Society*), twierdząc, że żyjemy w społeczeństwie „polifaktycznym” (*polyfactual*). Zdaniem badacza charakteryzuje się ono tym, że wytwarzanie informacji i ich dystrybucja nie jest zorganizowana hierarchicznie, nie jest scentralizowana – wiadomości mogą pochodzić od innych podmiotów niż firmy informacyjne, natomiast korporacje, firmy technologiczne, instytucje publiczne i organizacje społeczne walczą o to, by stać się wiarygodnym *gatekeeperem* w środowisku mediów cyfrowych. W tej walce o bycie autorytetem, który może przedstawić możliwie najbardziej rzetelną wiedzę faktograficzną, dochodzi do wręcz plemiennych sprzeczek zarówno między politykami, jak i między mediami. Widzimy również tendencję do polaryzacji stanowisk, w której ludzie wspierają podobnych sobie w walce o zdefiniowanie „faktów”. W ostatecznym rozrachunku słabnie potęga mediów, które nadzorują debatę polityczną i działają jako społeczny organ nadzoru.

Inny aspekt komunikacji politycznej uwytknił Danilo Yanich z University of Delaware w USA (referat *Political Advertisements, News and Political Communication in Local Places*). Referent, mówiąc o wyborach w Stanach Zjednoczonych z 2016 r., podkreślił, że wiele uwagi poświęcono wyścigowi prezydenckiemu, a tymczasem co najmniej równie interesujące procesy zaszły podczas kampanii wyborczej do Kongresu. Yanich przedstawił wyniki projektu badawczego dotyczącego przekazów telewizyjnych lokalnych stacji telewizyjnych z 10 stanów z okresu od 5 września do 7 listopada (łącznie 1552 przekazy), który to projekt miał na celu zbadanie związku między reklamami politycznymi a „historiami politycznymi”, „pokrycie” (*media coverage*) doniesieniami o polityce serwisów informacyjnych. Badacz postawił pytania

o związek między politycznymi doniesieniami lokalnych wiadomości telewizyjnych a reklamami politycznymi – konkludował, że reklamy polityczne stanowią dominujący rodzaj przekazu w tego typu kampanii. Obywatele są wręcz zasypywani reklamami politycznymi, które często ogłaszają wzajemnie wykluczające się wizje problemów i rozwiązań. W tej sytuacji wyborcy, zwłaszcza w erze *fake news*, coraz częściej wykorzystują własne sposoby (także media społecznościowe), by próbować oddzielić fakty od fikcji, będąc jednak silnie wyeksponowani przede wszystkim na jednostronne reklamy polityczne (zarówno w telewizji *mainstreamowej*, jak i lokalnej, a także w *social mediach*, takich jak Facebook, gdzie króluje tzw. *microtargeting* wyborczy), aniżeli na krytyczne, zniusanowane „opowieści” przygotowane przez profesjonalnych dziennikarzy. Dlatego, zdaniem Yanicha, kampania 2016 roku tak naprawdę obnażyła brak zaufania do mediów tradycyjnych.

Innym interesującym wątkiem, podejmowanym w kilku referatach, było wykorzystanie nowoczesnych technologii, w tym sztucznej inteligencji, w procesach edukacji dzieci i dorosłych. Dla przykładu Nils Tolksdorf z Paderborn University oraz Scarlet Siebert z Koln University of Applied Science w Niemczech (referat *Raising Robotic Natives?: Ethical Aspects of Learning with Robots in Kindergarten*) mówili o użyteczności robotów w uczeniu dzieci w przedszkolach. Badacze z Niemiec przypomnieli pojęcia „luka cyfrowa” i „nierówność cyfrowa”, zwracając uwagę, że luka cyfrowa odnosi się do różnic dotyczących dostępu do technologii, natomiast nierówność cyfrowa odnosi się do zróżnicowanego wykorzystania mediów. Wśród dzieci nierówność istnieje również w zakresie możliwości edukacyjnych, która jest zasadniczo kształtowana przez ich umiejętności językowe. Prezentowany w referacie i ciągle rozwijany projekt ma na celu zbadanie możliwości edukacji językowej i medialnej dzieci przez wykorzystanie robotów do podstawowej nauki języka (perspektywa psycholingwistyczna).

Część wystąpienia poświęcono ważnym i wciąż otwartym pytaniom o prawne, etyczne i społeczne implikacje długoterminowego wykorzystywania robotów w przedszkolu (perspektywa pedagogiczno-medialna).

Kolejnym z zagadnień często pojawiającym się w wystąpieniach były kompetencje medialne i informacyjne, szczególnie istotne w kontekście wszechobecnego problemu *fake news*. Ciekawe badanie sondażowe zostało przeprowadzone wśród studentów McGill University (Kanada). Studenci oczywiście zdają sobie sprawę, że media społecznościowe czy popularne strony internetowe są mało wiarygodne jako źródła informacji, ale właśnie z nich korzystają w pierwszej kolejności, szukając informacji w codziennym życiu – taki wniosek wysnuto na podstawie 3565 uzyskanych odpowiedzi. Nad rzetelność przekładają szybkość dostępu do treści (*Information Seeking Behaviour of the Millennials: Everyday-life News*, Jamshid Beheshti et al.). Między innymi takim zagadnieniom została poświęcona jedna z ostatnich książek wydana przez Laboratorium Badań Medioznawczych Uniwersytetu Warszawskiego¹.

Wykorzystanie mediów społecznościowych w codziennym życiu studentów było analizowane w różnych ujęciach. Na przykład Nathalie Wesseling badała, w jakim stopniu sposób korzystania z Facebooka przez studentów (w celach edukacyjnych, rozrywkowych, komunikacyjnych etc.) może być powiązane z ich przyszłymi sukcesami w czasie realizowania programu studiów (*Social Media, Distracting or Engaging?: Student Success and the Role of Facebook*, Nathalie Wesseling). Z kolei Lin Malone prowadziła badania nad wykorzystaniem Facebooka przez studentów podejmujących studia w innym kraju niż kraj ich pochodzenia. Na podstawie

wywiadów oraz analizy profili w mediach społecznościowych ustaliła, że Facebook odgrywa istotną rolę zarówno wymiarze funkcjonalnym – jako źródło informacji, jak i społecznym – jako narzędzie integracji w nowym środowisku (*Between Home and Host Cultures: Facebook as a Third Space*).

Interesująca analiza wykorzystania w czasie protestów politycznych mobilnych aplikacji do komunikacji została przedstawiona przez Colina Agura z University of Minnesota. Na podstawie wywiadów z dziennikarzami i działaczami politycznymi w Hong Kongu i Chinach pokazał, w jaki sposób aplikacje zmieniają sposób organizacji takich wydarzeń oraz w jaki sposób władze w wymienionych krajach starają się im przeciwdziałać, m.in. rozsyłając fałszywe wiadomości. Agur opisywał również ciekawe zjawisko nabywania kompetencji cyfrowych przez osoby wcześniej niekorzystające z technologii mobilnych specjalnie w celu aktywnego uczestnictwa w protestach (*Mobile Chat Applications and Political Protests in Contexts of Surveillance*).

Na zakończenie warto wspomnieć, że dużą zaletą konferencji okazała się wielość form dyskusji zaproponowanych przez organizatorów. Oprócz tradycyjnych wystąpień *keynote speakers* oraz paneli wypełnionych prezentacją referatów i krótką sesją Q&A pojawiły się bowiem tzw. kolokwia (*colloquium*), podczas których prezentowano dane zagadnienie w ramach panelu ekspertów dyskutujących ze sobą i zgromadzonymi słuchaczami; wirtualna sesja posterowa, podczas której na dużym ekranie wyświetlano rotacyjnie zgłoszone postery wraz z komentarzami autorów czy warsztaty poświęcone wizualizacji danych (głównie za pomocą narzędzia Tableau). Szczególnie interesującą

¹ T. Gackowski, K. Brylska, M. Patera i in., *Korzystanie z mediów społecznościowych jako praktyka społeczna różnych pokoleń medialnych*, Warszawa 2018, <https://www.lbm.uw.edu.pl/images/kzms-ksiazka.pdf> [dostęp: 1.11.2018].

i owocną formą okazały się tzw. *Garden Conversations* oraz *Talking Circles*. Pierwsze z wymienionych spotkań odbywało się po wystąpieniu gościa specjalnego i polegało na nieformalnej dyskusji – konwersacji mówcy z zainteresowanymi uczestnikami konferencji już w mniejszym gronie. Podczas spotkania drugiego typu uczestnicy wydarzenia mieli okazję nawiązać kontakt z osobami o podobnych zainteresowaniach i doświadczeniach badawczych (wyznaczono pięć swego rodzaju kół tematycznych: Media Cultures/Media Theory, Spanish-Lan-

guage Talking Circle, Media Technologies and Processes, Media Business, Media Literature). Dzięki tym formom zainteresowani akademicy mogli swobodnie nawiązywać kontakty międzynarodowe i porównywać swoje doświadczenia i plany badawcze. Na zakończenie można dodać, że IV międzynarodowa konferencja „International Conference on Communication & Media Studies” odbędzie się w Niemczech, na Uniwersytecie w Bonn, 26–28 września 2019 r. Temat przewodni konferencji to „The Future of Democracy in Digital Age”.