

Strategia rozwoju Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej
prowadzącego badania naukowe w dyscyplinie
komunikacji społecznej i nauk o mediach
na lata 2020-2025

Część opisowa:

Wizja stanu dyscypliny w roku 2025:		
<ul style="list-style-type: none"> • Instytut powinien skupić się na badaniu wpływu nowych technologii i narzędzi na proces komunikacji w różnych obszarach, przede wszystkim należałoby się rozszerzać umiejętności ilościowych i jakościowych analiz mediów w środowisku cyfrowym. Obecnie badania nad mediami idą w kierunku wykorzystywania mediów społecznościowych. Wątek ten jest już podejmowany w badaniach niektórych pracowników IDKM, co odzwierciedla trendy światowe. • Instytut z pewnością wyróżnia się długoletnim doświadczeniem badań nad komunikowaniem lokalnym, a także podmiotowością komunikowania jednostek. Jednak od pewnego czasu zaprzestano zajmować się tematyką lokalną ze względu na braki kadrowe. Warto byłoby więc powrócić do tej kwestii, gdyż była to swoista marka katowickich prasoznawców na tle innych ośrodków krajowych. Badania te można prowadzić również w skali międzynarodowej (np. w połączeniu z badaniami nad mediami regionalnymi w innych krajach, co byłoby doskonałą okazją do podjęcia badań porównawczych z wykorzystaniem dotychczasowych doświadczeń w tej materii). • Kolejnym wyróżnikiem są badania nad mediami i religią. W tym zakresie można mówić o wpisaniu się w ogólnoswiatowe trendy nad badaniem tożsamości i badaniami kulturowymi. • Badania nad relacjami elit medialnych i politycznych rozwijają się nadal, bez względu na typ badanych mediów, jak i obszary geograficzne, których dotyczą. Wobec tego warto byłoby podjąć próbę nawiązania współpracy z ośrodkami zagranicznymi jako partner w projekcie porównawczym dotyczącym badań nad dziennikarstwem. Nawiązanie współpracy z ośrodkami z Europy Północnej (Szwecja) i Południowej (Hiszpania) w przyszłości pozwoli na wyjście poza obszar Europy Środkowo-Wschodniej. • Zespół Instytutu jest młody, ale pod względem zainteresowań badawczych bardzo różnorodny, co umożliwi organizowanie projektów multidyscyplinarnych. Problemem jest niewielka liczba pracowników, którzy są bardzo obciążeni dydaktycznie. Z pewnością atutem Zespołu jest zasób kontaktów międzynarodowych (Szwecja, Wielka Brytania, Hiszpania, Rosja, Słowacja, Niemcy, Szwajcaria i Holandia), które w przyszłości mogłyby zostać wykorzystane dla rozwoju jednostki, pod warunkiem możliwości finansowania niektórych wspólnych inicjatyw. 		
Najważniejsze obszary badawcze w dyscyplinie, w których zamierza się ona rozwijać:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Podmiotowość komunikacyjna (również retoryka lokalności) 2. Kartografia informacji w przestrzeni cyfrowej (wpływ technologii na komunikowanie i tożsamość) 3. Komunikowanie międzynarodowe (badania nad systemami medialnymi na świecie, w szczególności nad radiem) 4. Badanie dyskursu medialnego (retoryka agresji, komunikacja wyborcza, religia, ekologia i zmiany klimatyczne w dyskursie medialnym, imigranci) 5. Badania nad dziennikarstwem i relacjami mediów i polityki 		
Relacja pomiędzy ww. obszarami badawczymi dyscypliny, a <i>Priorytetowymi Obszarami Badawczymi</i> wskazanymi w <i>Strategii Rozwoju UŚ</i>:		
POB	Obszary badawcze dyscypliny	Uzasadnienie
POB 1: Harmonijny rozwój człowieka – troska o ochronę zdrowia i jakość życia;	Obszar nr 1 Obszar nr 3 Obszar nr 4	<ul style="list-style-type: none"> • Poczucie podmiotowości komunikacyjnej koreluje z aktywnością przejawianą w różnych obszarach, stąd jej zbadanie i wskazanie

		<p>mankamentów może być punktem wyjścia dla poprawy kondycji człowieka w różnych obszarach.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Badania nad mediami międzynarodowymi (w szczególności radiem) i ich roli w upowszechnianiu zachowań prozdrowotnych, informowaniu o epidemiach i zagrożeniach związanych z chorobami, podnoszenie świadomości związanej z higieną i zdrowym odżywianiem się w krajach o słabiej rozwiniętym zapleczu medycznym i sanitarnym. • Badania mediów pod kątem treści dotyczących klimatu i zmian środowiska.
<p>POB 2: Nowoczesne materiały i technologie oraz ich społeczno-kulturowe implikacje;</p>	<p>Obszar nr 2 Obszar nr 3 Obszar nr 4 Obszar nr 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Potrzeba analizy, jak wykorzystanie nowych technologii przez nadawców (medialnych i politycznych, religijnych) zmienia komunikację społeczne, polityczne, demokratyczną politykę, kulturę i język elit medialnych i politycznych, kulturę społeczeństw na świecie, a także samych odbiorców. • Badania nad bezpieczeństwem informacyjnym przyczynić się mogą do poprawy bezpieczeństwa społecznego.

		<ul style="list-style-type: none"> • Badanie wykorzystania nowych technologii w dziennikarstwie wojennym i pokojowym. • Dokonanie analizy aktualnych rozwiązań prawnych i istniejącego orzecznictwa sądowego, zaproponowanie regulacji umożliwiających ochronę wizerunku ludzkiego w sposób adekwatny do łatwości jego naruszenia spowodowanego następstwami czwartej rewolucji przemysłowej (zwłaszcza powstaniem sieci Internet oraz rozpowszechnieniem umożliwiających utrwalenie wizerunku ludzkiego połączonych bezprzewodowo z Internetem cyfrowych urządzeń mobilnych).
POB 3: Zmiany środowiska i klimatu wraz z towarzyszącymi im wyzwaniami społecznymi;	Obszar nr 4	<ul style="list-style-type: none"> • Rola mediów masowych i masowej komunikacji zindywidualizowanej w informowaniu i upowszechnianiu wiedzy o zagrożeniach klimatycznych, o negatywnym wpływie człowieka na środowisko naturalne oraz o możliwych sposobach przeciwdziałania niekorzystnym zmianom klimatycznym, kształtowanie postaw proekologicznych.
POB 4: Humanistyka dla przyszłości – interdyscyplinarne badania kultury i cywilizacji;	Obszar nr 2 Obszar nr 3 Obszar nr 4	<ul style="list-style-type: none"> • Środki przekazu stanowią istotny

	Obszar nr 5	<p>instrument upowszechniania kultury w obrębie danego narodu, a zarazem promowania jej poza granice narodowe, przyczyniają się do wymiany elementów kultury pomiędzy odmiennymi grupami etnicznymi, wpływając na zmianę kulturową, z drugiej strony pomagają w kultywowaniu własnej tożsamości kulturowej.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Badania nad gatunkami medialnymi, nad nadawcami medialnymi, nad odbiorem mediów to badania interdyscyplinarne, które pokazują kontekst mediów oraz obraz współczesnej kultury. Badania nad retoryką lokalności. • Zmiany w komunikacji wyraźnie warunkują zmiany w kształtowaniu się oraz artykułowaniu tożsamości. • Badania porównawcze nagłośnienia medialnego wojen i konfliktów zbrojnych oraz sytuacji kryzysowych (badania zawartości mediów), zwłaszcza w aspekcie wykorzystywania przez media z różnych krajów wybranych narzędzi dziennikarstwa wojennego i pokojowego (b. nad dziennikarstwem – badania kultury dziennikarskie,
--	-------------	--

		badania nad systemami medialnymi etc).
POB 5: Badanie fundamentalnych właściwości natury.		
Relacja pomiędzy ww. obszarami badawczymi dyscypliny, a Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ:		
<i>Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ</i>	<i>Obszary badawcze dyscypliny</i>	<i>Uzasadnienie</i>
Cel 1. Wyeliminować ubóstwo we wszystkich jego formach na całym świecie		
Cel 2. Wyeliminować głód, osiągnąć bezpieczeństwo żywnościowe i lepsze odżywianie oraz promować zrównoważone rolnictwo	Obszar nr 5	<ul style="list-style-type: none"> • Badania nad udomowieniem przez media (zwłaszcza mechanizmami domestykacji) zdarzeń zagranicznych odnoszących się m.in. do problemów światowego głodu – w tym badania nad tzw. aid-driven domestication (dziennikarze zachęcają czytelników do niesienia pomocy), wiktylizacją i mechanizmami dziennikarstwa pokojowego (skupienie na problemie i propozycji jego rozwiązania oraz na „ofiarach” zjawiska.

<p>Cel 3. Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt</p>	<p>Obszar nr 1</p>	<ul style="list-style-type: none">• Poznanie mechanizmów komunikacyjnych w różnych obszarach życia oraz wskazanie źródeł asymetrii tej komunikacji i ich związku z kondycją człowieka w różnych dziedzinach życia może przekładać się na wypracowanie takich mechanizmów porozumiewania się, które będą sprzyjały rozwojowi jednostki, jej aktywności i poczuciu sprawiedliwości społecznej.
---	--------------------	--

<p>Cel 4. Zapewnić wszystkim edukację wysokiej jakości oraz promować uczenie się przez całe życie</p>	<p>Obszar nr 1 Obszar nr 3 Obszar nr 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Edukacyjna funkcja mediów (szczególnie radia) – badanie oferty programowej w zakresie treści edukacyjnych dostarczanych przez media i ich wpływ na upowszechnianie wiedzy i stymulowanie potrzeb edukacyjnych odbiorców. • Profesjonalizacja i mediatyzacja kampanii wyborczych sprzyjać może m.in symbolizacji (emocjonalizacji), urozrytkowaniu, personalizacji (celebrytyzacji), negatywizacji treści komunikatów politycznych, zagrażając tym samym wysokiej jakości edukacji obywatelskiej. Na ile stosowanie mediów służy edukacji obywatelskiej. W analizach zachowań komunikacyjnych nadawców medialnych brany jest pod uwagę typ mediów oraz typ kanału medialnego. • Badania nad dziennikarstwem i poziomem oferowanej edukacji akademickiej są niezbędne do wypromowania świadomych i odpowiedzialnych absolwentów – dziennikarz, pracowników mediów i komunikacji.
---	--	--

<p>Cel 5. Osiągnąć równość płci oraz wzmocnić pozycję kobiet i dziewcząt</p>	<p>Obszar nr 1 Obszar nr 3 Obszar nr 4 Obszar nr 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wskazanie obszarów nierówności komunikacyjnej, dyskryminacji płciowej i wynikających z tego konsekwencji może przełożyć się na zmiany komunikacyjne na przykład w organizacjach różnego rodzaju. • Rola mediów (w tym międzynarodowych) w upowszechnianiu wiedzy o prawach kobiet, zasadzie równości płci oraz we wzmacnianiu ruchów społecznych działających na rzecz ochrony interesów kobiet i dziewcząt. Szczególną rolę odgrywają media międzynarodowe, upowszechniające prawa kobiet w krajach, gdzie praw tych nie przestrzega się.
<p>Cel 6. Zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wody i warunków sanitarnych poprzez zrównoważoną gospodarkę zasobami wodnymi</p>		
<p>Cel 7. Zapewnić wszystkim dostęp do stabilnej, zrównoważonej i nowoczesnej energii po przystępnej cenie</p>		
<p>Cel 8. Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywnie zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi</p>		
<p>Cel 9. Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone przemysłowanie oraz wspierać innowacyjność</p>		

<p>Cel 10. Zmniejszyć nierówności w krajach i między krajami</p>	<p>Obszar nr 4 Obszar nr 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dzięki zweryfikowaniu medialnego obrazu uchodźców i imigrantów stanie się możliwe określenie, na ile media masowe Polski, ale także innych krajów realizują zadania dyplomacji medialnej, przyczyniając się do wzrostu zrozumienia problematyki związanej z migracjami ludności, nie tylko związanymi z działaniami wojennymi na poszczególnych obszarach, ale także tymi determinowanymi ekonomicznie, religijnie czy kulturowo • Prowadzenie badań nad nagłośnieniem i domestykacją wojen, konfliktów zbrojnych/sytuacji kryzysowych (w tym katastrof, klęsk żywiołowych czy problemu głodu) i poprzez to zwrócenie uwagi na sposób ukazywania tych zjawisk w mediach narodowych.
<p>Cel 11. Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu</p>		
<p>Cel 12. Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji</p>		

<p>Cel 13. Podjąć pilne działania w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i ich skutkom</p>	<p>Obszar nr 4</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medialny sposób przedstawiania zagadnień związanych z ochroną środowiska, szczególnie w czasie ich podejmowania w kampaniach wyborczych może przekładać się na postawy społeczne względem zachowań proekologicznych, na przykład zero waste czy choćby źródeł energii w codziennym życiu. Szczególnie ważne jest to w regionie tradycyjnie opartym na węglu, jakim jest Górny Śląsk. Zbadanie sposobu, w jaki relacjonuje się problemy niskiej emisji, wykorzystania węgla w gospodarce oraz jakości powietrza ma stać się punktem wyjścia do badania postaw względem tej problematyki oraz określenia, na ile są one zbieżne z proponowanymi w mediach regionalnych zmianami, na ile zaś ugruntowane w tradycyjnych przekonaniach Ślązaków.
<p>Cel 14. Chronić oceany, morza i zasoby morskie oraz wykorzystywać je w sposób zrównoważony</p>		
<p>Cel 15. Chronić, przywrócić oraz promować zrównoważone użytkowanie ekosystemów lądowych, zrównoważone gospodarowanie lasami, zwalczać pustynnienie, powstrzymać i odwracać proces degradacji gleby oraz powstrzymać utratę różnorodności biologicznej</p>		

<p>Cel 16. Promować pokojowe i inkluzywne społeczeństwa, zapewnić wszystkim ludziom dostęp do wymiaru sprawiedliwości oraz budować na wszystkich szczeblach skuteczne i odpowiedzialne instytucje, sprzyjające włączeniu społecznemu</p>	<p>Obszar nr 1 Obszar nr 3 Obszar nr 4 Obszar nr 5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Badania nad inkluzją oraz różnorodnością w obszarze mediów i komunikacji. • Rola mediów masowych w upowszechnianiu praw człowieka, praw obywatelskich, zasad demokratycznych i promowaniu zaangażowania społecznego, nagłaśnianiu istotnych działań podejmowanych przez ruchy społeczne, kontrolna funkcja mediów wobec instytucji publicznych, wspomaganie działań oddolnych w zakresie wpływania na przestrzeganie przez władze publiczne reguł państwa prawa. • Badanie szczególnej roli mediów społecznych jako reprezentantów różnych mniejszości i środowisk społecznych. • Badanie treści mediów służy diagnozie realizacji przez nie tych zadań, wynikających z norm prawnych (misja publiczna mediów publicznych) oraz właściwych dla współczesnych, wysokorozwiniętych demokracji koncepcji: mediów odpowiedzialnych społecznie oraz profesjonalizmu mediów.
--	--	---