



Patrycja Kinga Knast
(Toruń)

RZECZ O MEDIACH I FILOZOFII

Jan Paweł Hudzik, Wykłady z filozofii mediów. Podstawy nauk o komunikowaniu, Państwowe Wydawnictwa Naukowe, Warszawa 2017, ss. 424

Media i filozofia – dyscypliny te, w potocznej świadomości, wydają się przeciwnymi biegunami współczesnej humanistyki. Pozornie zdają się nie mieć ze sobą wiele wspólnego. Jednakże, gdy bliżej przyjrzeć się szeroko rozumianemu dyskursowi medialnemu, dostrzeżemy, iż jest on wielodziedzinowy. Wydaje się, że i dla filozofii znajduje się w nim pewien obszar badawczy. Jest on zaś szczególnie, gdyż odpowiada na zapotrzebowanie badaczy mediów oraz studentów, tworząc wspólną podstawę do dyskusji prowadzonych przez medioznawców, kulturoznawców, językoznawców, socjologów kultury i przedstawicieli innych dziedzin nauki na różnych jej stopniach. Przyjmując bowiem swoją zdystansowaną względem przedmiotu badań postawę, filozofia kreuje szerokie pole oglądu, mogące poddać opisowi mnogość dotychczasowych teorii związanych z mediami, i służyć jednocześnie jako punkt wyjścia do dalszych analiz. Taką właśnie postawę przyjmuje Jan Paweł Hudzik w swojej monografii „Wykłady z filozofii mediów. Podstawy nauk o komunikowaniu”¹.

Jan Paweł Hudzik jest filozofem. Pracuje na Wydziale Politologii UMCS, kieruje tam Zakładem Filozofii i Socjologii Polityki. Zainteresowania badawcze J.P. Hudzika skupiają się wokół filozofii (nowożytnej, współczesnej, kultury), podstaw teoretycznych nauk społecznych i humanistycznych, a także problematyki związanej ze sferą publiczną (intelektualiści a sfera publiczna). J.P. Hudzik opublikował kilka monografii, m.in.: „Trzy studia o metafizyce, pamięci i demokracji”, „Prawda i teoria” oraz liczne artykuły.

Książka Jana P. Hudzika przyjmuje perspektywę filozofii kultury, tym samym osadzając media w szerokim kontekście rozważań. Autor nie ogranicza się zatem

¹ Hudzik 2017, ss. 424.

do deskrypcji mediów jako swoistego przedmiotu badawczego, lecz wpisuje go – mówiąc językiem Floriana Znanieckiego – we wzorce kultury². Recenzowana monografia składa się z trzech części: metateoretycznej, teoretycznej i krytycznej. W pierwszej z nich autor przytacza i opisuje założenia wybranych, ale jednak wciąż tych najważniejszych dla prowadzonego dyskursu, teorii mówiących o mediach. W drugiej części lubelski filozof nakreśla wspólną perspektywę dla wybranych teorii, pokazując jednocześnie, iż problem mediów jest niejako tematem towarzyszącym filozofii, czy szerzej nauce i człowiekowi, od starożytności do chwili obecnej. Na trzeciemu moduł publikacji składają się dotychczasowe założenia filozoficzne dotyczące krytyki kultury (np. szkoła frankfurcka) oraz bezpośrednio mediów (np. myśli francuskiego humanisty Jeana Baudrillarda).

Okładka monografii wydaje się obrazem przesyconym symboliką odnoszącą się do mediów. Czerni okładki można odczytać jako aluzję do druku, pierwszego medium, które zrewolucjonizowało wiek XVI i kolejne. Czcionka drukarska była czarna, odbijało się ją na papierze. Dlatego też na okładce znajdziemy białe litery. Jest to odwrócenie dawnej zależności. Kolejnym ciekawym elementem obwołuty jest trójkolorowa głowa Sokratesa, starożytnego filozofa. Tutaj unaocznia się odwołanie do filozofii jako nauki pierwszej, obejmującej swym namysłem mnogość problemów. Istotne wydają się także kolory, jakimi pokryta jest sokratejska skroń. Może się bowiem tu ujawniać sugestia odnosząca refleksje odbiorcy do grafiki komputerowej, opartej na mniej lub bardziej podstawowych kolorach. Nie zapominajmy także, iż obraz głowy Sokratesa jest dodatkowym nawiązaniem do innego medium – rzeźby. Ikonografika ta jest pewną podpowiedzią, wyrażającą wielość znaczeń słowa „medium”. Przyjrzyjmy się także rycinie przywołującej skojarzenie z menu służącym do odtwarzania plików audio i wideo. Jest to bezpośrednio nawiązanie do mediów audiowizualnych. Całość okładki umacnia nas więc w przekonaniu, iż odnosi się bezpośrednio do zawartości monografii, którą czytelnik trzyma w ręku. Jednocześnie, nie pozostawiając czytelnika obojętnym na jej stronę wizualną, przyczynia się do pierwszej refleksji nad podejmowanymi przez Jana P. Hudzika zagadnieniami.

Podczas lektury „Wykładów z filozofii mediów” może pozytywnie zaskoczyć czytelnika język autora. Jest on przystępny, wręcz lekki. Tak napisana książka sprawia wrażenie, że – odwołując się do Gadamerowskiej hermeneutyki – rozmawia się z autorem. Odczucie to potęgują liczne wtrącenia, najczęściej znajdujące się w nawiasie, będące bezpośrednim zwrotem do osoby czytającej lub pytaniem (zob. np. s. 76, 116). O łatwości odbioru czytanego tekstu decyduje także sposób

² Zob. Znaniecki 1991, s. 529.

zredagowania książki. Są tutaj zapiski na marginesach będące wyłuszczeniem najważniejszych pojęć, biogramów myślicieli (zob. np. s. 64-65, 85). Inną rolą marginaliów jest nieustanne informowanie czytelnika, w jakim wątku znajduje się on podczas lektury tekstu.

Recenzując monografię Hudzika, należy zwrócić uwagę na kilka ważnych szczegółów. Po pierwsze zawiera ona szeroką definicję terminu „medium”, konotującą wszelkie możliwe jego znaczenia w różnych okresach. Tak bogate jego ujęcie jest zaskakujące, ponieważ dotychczasowa literatura przedmiotu albo uznawała termin ten za oczywisty, albo zwięźlała go ze względu na własne potrzeby teoretyczne. Wydaje się, że definicja (a właściwie definicje) zostały scharakteryzowane zgodnie z przyjętą przez autora koncepcją pracy. Warsztat filozoficzny pozwala bowiem spojrzeć perspektywicznie na dane słowo i wyłuszczyć możliwe najwięcej jego znaczeń. Zabieg ten jest również niezwykle przydatny, kiedy spojrzemy się na poszczególne części publikacji. Służy on lepszemu zrozumieniu dalszego wywodu. Jednakże warto zaznaczyć także, że nie tylko ten jeden termin został omówiony. W trakcie lektury poszczególnych rozdziałów zostają wprowadzone i wyjaśnione inne pojęcia. Jest to działanie wpływające na lepsze zrozumienie przez czytelnika przedłożonej mu książki, zwłaszcza że jak się wydaje, jej adresatami są studenci³.

Po drugie autor „Wykładów z filozofii mediów” omawia również w opinowanej publikacji najważniejsze i najbardziej wpływowe teorie dotyczące kultury (mediów). Pośród nich można wymienić teorie modernistyczne i postmodernistyczne, jak np. strukturalizm czy dekonstrukcja. Analizowane są także powszechnie uznawane za wartościowe podejścia krytyczne wobec kultury i mediów. Są to np. założenia szkoły frankfurckiej (szeroko omawiana jest teoria komunikacji Jürgena Habermasa), Petera Sloterdijka czy Jeana Baudrillarda. Jeśli wziąć za piętę Achillesową tej monografii szerokie korzystanie z filozofii kultury, bo „przecież miało być o mediach”, to dodajmy jeszcze, że nie pominięto myśli Marshalla McLuhana i jej wpływu na badania medioznawcze. Znajdziemy także odwołania do innego znakomitego badacza mediów nowoczesnych Neila Postmana. Natomiast o walorach tej monografii nie świadczy tylko fakt, iż Hudzik nie pominął nikogo z wielkich, lecz przede wszystkim to, że pokazał, w jaki sposób splata się namysł filozoficzny z medioznawczym, uwydatnił powiązania i „zapożyczenia myśli” pomiędzy teoretykami. Niewątpliwie atutem publikacji lubelskiego profesora jest sięganie po dorobek naukowców nie tylko amerykań-

³ Sposób złożenia książki, jej przeglądowy i problemowy charakter oraz niektóre ze sformułowań używane przez autora w tekście zdają się świadczyć o tym, że potencjalnymi adresatami publikacji są studenci.

skich, jeśli chodzi o wąsko rozumiane badanie mediów, lecz odwoływanie się także do dokonań polskich (Andrzej Gwóźdź) i francuskich (Régis Debray) badaczy. Zaś charakterystyka niemieckich rozważań teoretycznych nad mediami jest – w mojej ocenie – najciekawszym z elementów tej książki. Zdaje się bowiem, że czytelnik przywykł już do zapoznawania się z dorobkiem powstałym w USA. Bogata twórczość autorów niemieckojęzycznych jawi się jednak jako mniej spopularyzowana, zaś jej wartość jest znaczna. Dzieje się tak, ponieważ myśl ta jest dosyć oryginalna, sięga do swoich korzeni obfitujących w odważną i pionierską filozofię.

Po trzecie, kiedy podejmuje się refleksje nad „Wykładami...”, dostrzega się ich syntetyczny charakter, który może stać się dla odbiorcy przyczynkiem do jego własnych rozważań z pogranicza filozofii i mediów. Hudzik wyjątkowo uwrażliwia swojego czytelnika na autorefleksję w obrębie podejmowanej przez siebie tematyki. W świecie zdominowanym przez media myślenie o nich (filozofowanie w szerokim sensie) staje się trudne, niemodne. Odchodzi na dalszy plan. Tutaj właśnie ukryta została owa filozofia.

Podsumowując powyższe uwagi, można sformułować jeden wniosek: monografia jest godna polecenia jako lektura dla studentów, pasjonatów mediów czy nawet pracowników akademickich. Może być również rekomendowana dla nauczycieli wiedzy o kulturze w szkołach średnich, a także wszędzie tam, gdzie mówi się o mediach.