

Przemysław Pawelec

Kodowanie zawartości mediów „sztuk walki” (na podstawie teorii Stuarta Halla) : krótka analiza wprowadzająca

Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 11/3, 37-51

2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Kodowanie zawartości mediów „sztuk walki” (na podstawie teorii Stuarta Halla). Krótka analiza wprowadzająca*

Słowa kluczowe: analiza zawartości, kodowanie zawartości, sztuki, sporty i systemy walki, media profilowane, Stuart Hall

Key words: content analysis, encoding and decoding, profiled media, mass media, Stuart Hall

Wstęp

Sztuki, sporty i systemy walki stały się jednym z wielu elementów kultury masowej. Ich popularność wynika m.in. z przekonania o cechującej je oryginalności, a także efektywności i tajemniczości (sztuki), rozrywce i rywalizacji (sporty) oraz o nowym podejściu do tradycji walki (systemy combat). Odpowiadając na zapotrzebowania słuchaczy, czytelników i widzów zainteresowanych tą tematyką, media starały się wypełniać lukę informacyjną, dlatego też na amerykańskim rynku medialnym pojawiły się nowe czasopisma¹.

Wpływ środków masowego komunikowania na odbiór prezentowanych treści potwierdzają badania ich efektywności². Wskazują na to m.in. Stanley J. Baran i Dennis K. Davis (cytując np. Jaya G. Blumlera), dla których odbiorca mediów to konsument produktów rynkowych (tutaj: rynku Martial Arts)³. Nie należy zapominać, iż treści te mogą być celowo zniekształcane przez media (np. w celach marketingowych)⁴, aby osoby powołujące się tylko na własny autorytet (np. niewiarygodni „mistrzowie” sztuk, sportów i systemów walki) mogły osiągać określone korzyści.

* Por. P. Pawelec, *Encoding and decoding martial arts media content in Poland and USA*, “Abstract Book of Third World Scientific Congress of Combat Sports and Martial Arts. October 15–17, 2014, Rzeszów”, Rzeszów 2014, s. 71–72.

¹ Por. W.J. Cynarski, *Teoria i praktyka dalekowschodnich sztuk walki w perspektywie europejskiej*, Rzeszów 2000, s. 66–67.

² Por. J.B. Thompson, *The media and modernity: A social theory of the media*, Stanford 1995.

³ Por. S.J. Baran, D.K. Davis, *Mass communication theory. Foundations, ferment, and future*, Belmont 2006, s. 308.

⁴ Por. L. Gorman, D. McLean, *Media and society into the 21st century*, Oxford 2009, s. 231–232.

W publikacji tej zarysowano temat zawartości mediów należących do gatunku Martial Arts (profilowanych ze względu na tematykę i skierowanych do osób zainteresowanych nią czynnie lub biernie⁵), których treści również są kodowane i dekodowane. Jest to zgodne z teorią stworzoną przez Stuarta Halla, zakładającą m.in., iż odbiorca nie musi przyjmować określonych treści zgodnie z oczekiwaniami nadawców, ale może je kontestować i adaptować według własnej wiedzy i przekonań⁶.

Do określenia kodowanych treści badanych mediów została zastosowana metoda jakościowej analizy zawartości (z elementami dyskursu i ilustracji). Badane były komunikaty we wszystkich wylosowanych publikacjach stosowane w celu dotarcia do odbiorców traktowanych jako konsumenci produktów medialnych. Jako próbę badawczą (dobraną w sposób logiczny) wykorzystano po jednym z trzech rodzajów mediów tradycyjnych (telewizji, czasopism) oraz po piętnaście stron internetowych z Polski i Stanów Zjednoczonych. Uzyskane dane kategoryzowano po względem badanej tematyki.

Literatura przedmiotu

Literaturę podzielono na cztery segmenty tematyczne obejmujące: wybrane procesy tworzenia komunikatów i ich jakościową analizę, teorię S. Halla oraz sztuki, sporty i systemy walki w kulturze popularnej i masowej.

Przyjmując założenie o słuszności wyróżnienia przez W. Lance'a Bennetta czterech rodzajów zniekształceń treści informacyjnych, powstających już na etapie ich tworzenia, wyróżniono: 1) personalizację newsów, ich 2) udramatyzowanie, 3) fragmentację oraz 4) normalizację. Zniekształcenia te związane są z tzw. rytuałami obiektywizmu, a zatem wiedza prezentowana odbiorcom nigdy nie jest pozbawiona uprzedzeń nadawców⁷.

Przedmiotem rozważań są nie tylko informacje stworzone przez media, ale też autorskie wypowiedzi bohaterów publikacji – cytowane dosłownie. Ponadto uwzględniono specyfikę i rodzaj badanych mediów, w których komunikaty te były tworzone i publikowane⁸.

Literatura naukowa, polsko- i angielskojęzyczna, obejmuje nie tylko pozycje zawierające procedury badawcze, ale i przykłady ich zastosowania. Wzięto pod uwagę publikacje Agnieszki Lisowskiej-Magdziarz⁹, Tomasza Gackowskie-

⁵ P. Pawelec, "Black Belt" as an example of a magazine about Martial Arts. Outline of the subject, "Ido Movement for Culture. Journal of Martial Arts Anthropology" 2011, nr 3, s. 25.

⁶ Por. S. Hall, *Encoding/decoding*, w: *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*, red. S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, P. Willis, Londyn 1980, s. 128-138.

⁷ Por. S.J. Baran, D.K. Davis, dz. cyt., s. 390-391.

⁸ Por. L. Taylor, A. Willis, *Medioznastwo. Teksty, instytucje, odbiorcy*, tłum. M. Król, Kraków 2006, s. 3.

⁹ Por. A. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*, Kraków 2004; *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, Kraków 2006; *Dyskurs – semiotyka – wspólnota interpretacyjna. W stronę modelu zintegrowanego instrumentarium badań nad zawartością mediów (zaproszenie do dyskusji)*, „Global Media Journal-Polish Edition” 2006, nr 1, [online]

go i in.¹⁰, Krzysztofa Koneckiego¹¹ oraz Marcusa Banksa¹², Earla Babbiego¹³ i Davida Silvermana¹⁴.

Teoria S. Halla stała się przedmiotem zainteresowania innych analityków, skupiających się na jej ogólnych i szczegółowych ujęciach. Jako przykłady można wskazać artykuł Pertiego Alasuutari¹⁵ i książkę Jamesa Proctera¹⁶, prezentujące ujęcie postmodernistyczne, z którego wywodzi się przedstawiana koncepcja. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku materiałów biograficznych¹⁷. Wspomniana teoria jest również obecna w literaturze krytycznej, zarówno wobec S. Halla, jak i całego postmodernizmu, a jako przykłady można podać opracowania Douglasa Kellnera¹⁸, Edwarda Docxa¹⁹ i Poonam Pillai²⁰.

Obecność sztuk, sportów i systemów (combat) walki w przestrzeni kultury popularnej i masowej również została rozpoznana w literaturze polsko-angielskojęzycznej. Przykładem może być opracowanie Wojciecha J. Cynarskiego na temat obrazu wojownika w kulturze obrazkowej a wyłaniającego się z „adaptacji dziedzictwa kultury wojowników do kultury zachodniej”²¹. Podobna tematyka obecna jest także w pracach Paula Bowmana, zwracającego uwagę na popularyzację starszych i nowszych stylów walki (mających swój rodowód na Dalekim Wschodzie)²² i Maxa J. Skidmore’a, przedstawiającego treści dotyczące tradycyjnych sztuk walk i ich transmisji z kultury wschodniej do zachodniej²³.

<<http://globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Lisowska-Magdziarz-Zawartosc-dyskurs-semiotyka.pdf>>, dostęp: 28.09.2014.

¹⁰ Por. T. Gackowski, M. Łączyński, Ł. Majchrzyk, A. Matyja, M. Wieczorkowski, *Skrypt do analizy zawartości prasy*, Warszawa 2007.

¹¹ Por. T. Konecki, *Wizualne wyobrażenia. Główne strategie badawcze w socjologii wizualnej a metodologia teorii ugruntowanej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2005, nr 2, s. 42–63.

¹² Por. M. Banks, *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, tłum. P. Tomanek, Warszawa 2009.

¹³ Por. E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, tłum. W. Betkiewicz i in., Warszawa 2008.

¹⁴ Por. D. Silverman, *Interpretacja Danych Jakościowych*, tłum. M. Głowacka-Grajper, J. Ostrowska, Warszawa 2009.

¹⁵ Por. P. Alasuutari, *Cultural images of the media*, w: *Rethinking the Media Audience: The New Agenda*, red. P. Alasuutari, Londyn 1999, s. 86–104.

¹⁶ Por. J. Procter, *Stuart Hall*, Londyn 2004.

¹⁷ Por. H. Davis, *Understanding Stuart Hall*, Londyn 2004.

¹⁸ Por. D. Kellner, *Cultural studies and social theory: A critical intervention*, [online] <<http://gseis.ucla.edu/faculty/kellner/kellner.html>>, dostęp: 28.09.2014.

¹⁹ Por. D. Docx, *Postmodernism is dead*, „Prospect Magazine” 2011, nr 8, [online] <<http://prospectmagazine.co.uk/features/postmodernism-is-dead-va-exhibition-age-of-authenticism>>, dostęp: 28.09.2014.

²⁰ Por. P. Pillai, *Rereading Stuart Hall's encoding/decoding model*, „Communication Theory” 1992, nr 2, s. 221–233.

²¹ Por. W.J. Cynarski, *Film gatunku sztuk walki 1969–1999*, „Ido – Ruch dla Kultury/Movement for Culture” 2000, nr 1, s. 241.

²² Por. P. Bowman, *The globalization of Martial Arts*, w: *Martial Arts of the world: An encyclopedia of history and innovation*, red. T.A. Green, J.R. Svinth, Santa Barbara 2010, s. 435–520.

²³ Por. M.J. Skidmore, *Oriental contributions to western popular culture: The Martial Arts*, „The Journal of Popular Culture” 1991, nr 1, s. 129–148.

Zawartość mediów (słowo, obraz) i jej interpretacja

Przyjęto, iż treści ukazywane w mediach Martial Arts mogą być analizowane m.in. pod kątem określających je definicji i potencjalnej atrakcyjności przekładającej się bezpośrednio na zainteresowanie nimi konsumentów mediów (ze względu na ograniczenia objętościowe artykułu zdecydowano o charakterystyce tylko tych dwóch elementów). Związane to jest m.in. z użyciem przez nadawców odpowiednich komunikatów, które następnie są adaptowane przez odbiorców²⁴ funkcjonujących np. jako członkowie grup treningowych i/lub komunikacyjnych, wyróżniających się aktywnością (na forach internetowych czy portalach społecznościowych), stosowanym językiem czy zróżnicowaniem narodowościowym²⁵.

Dyskurs mediów zsegmentowanych toczy się w określonym języku, niekiedy rozumiałym tylko dla osób zapoznanych z ich tematyką. Zawartość takich tytułów prasowych, rozgłośni radiowych, stacji telewizyjnych i stron internetowych badana jest zwykle z uwzględnieniem stosowanej narracji oraz semiotyki²⁶. Dyskurs traktowany jest wtedy jako zbiór spójnych tekstów i obrazów, zbieżnych ze sobą oraz posiadających określoną „gramatykę” umożliwiającą ich bezpośrednią lub pośrednią „identyfikację” z danym zagadnieniem²⁷.

Pełna analiza obejmuje m.in. badanie publikacji ze względu na stosowane przez ich autorów ukryte znaczenia oraz styl, retorykę, opis osób i/lub zdarzeń (z wykorzystaniem specyficzności pojęć bazowych). Istotne jest przy tym określenie, czy taki dyskurs może wywoływać reakcję odbiorców²⁸, zwłaszcza gdyby stracili oni orientację pomiędzy informacjami prawdziwymi i wartościowymi a treściami zgodnymi tylko z intencjami wydawców i redakcji (np. z powodów ekonomicznych)²⁹.

Nadawcy i odbiorcy są również elementami kultury wizualnej. Stąd też wykorzystywanie przez nich innowacji technicznych i logiki ekonomicznej wpływa na kształt społeczeństw:

- 1) „ikon” – autor informacji wykorzystuje ekspresję w procesie informowania (np. o nowych technikach walki);

²⁴ Por. S.D. Reese, P.J. Shoemaker, *Mediating the message. Theories of influences on mass media content*, Nowy Jork 2006, s. 26.

²⁵ Por. M. Grech, „Wszystko jest komunikacją”. *Projekt opisu struktury społecznej i metodologii badań*, w: *Teorie komunikacji i mediów*, t. 2, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Wrocław 2010, s. 201–202.

²⁶ Por. J. Macnamara, *Media content analysis: Its uses, benefits and Best Practice Methodology*, „Asia Pacific Public Relations Journal” 2005, nr. 1, s. 17.

²⁷ Por. A. Shevchenko, *Discursive analysis of mass media texts*, „Theory of Communication and Applied Communication” 2002, nr 1, s. 153–160.

²⁸ Por. T. van Dijk, *Introduction: discourse analysis in (mass) communication research*, w: *Discourse and communication. New approaches to the analysis of mass media discourse and communication*, red. T. van Dijk, Berlin – Nowy Jork 1985, s. 7–8.

²⁹ Por. S.D. Reese, P.J. Shoemaker, dz. cyt., s. 10.

- 2) „spektaklu” – widzowie jako część uatrakcyjnionego przedstawienia, którego celem jest wywołanie pożądanych przez media reakcji (np. motywowanie kobiet do nauki technik samoobrony);
- 3) „autoprezentacji” – nadawcy wykorzystują atrakcyjne formy komunikacji (np. reklama szkół walki na stronach internetowych);
- 4) „designu” – motywem przewodnim jest moda (np. na reklamowane przez media nowe systemy combat walki);
- 5) „podglądactwa” – zaspokajanie ciekawości konsumentów (np. poprzez relacje zza kulis turniejów sportów walki)³⁰.

W analizie materiałów wizualnych niebagatelne znaczenie odgrywa kontekst, w jakim zostały one zaprezentowane. Zwraca się więc uwagę na ich treść, nawiązywanie swoistego „dialogu” z odbiorcą oraz wszelkie dane pozwalające na identyfikację nadawcy i określenie potencjalnego celu działania³¹.

Media Martial Arts w Polsce i USA (w zarysie)

Charakterystyki omawianych mediów dokonano na podstawie ich (1) rodzaju, (2) zasięgu, (3) ciągłości ukazywania się, (4) wykorzystywanych rodzajów publikacji, (5) liczby publikacji, (6) dominującej tematyki, (7) udziału specjalistów technik walki w ich tworzeniu, (8) kraju pochodzenia (jeśli w przypadku stron internetowych jest to możliwe do ustalenia), (9) obecności na wszelkich nośnikach informacji i (10) dostępności cenowej dla odbiorców.

Przeanalizowano następujące media polskie i polskojęzyczne: „Sztuki Walki: Magazyn Miłośników Sztuk i Sportów Walki” (wydawnictwo „Espadon” z Bydgoszczy – badany tylko do połowy roku ze względu na upadek tytułu); telewizję FightKlub (właściciel: IKO Media Group z Węgier); wybrane strony internetowe, których treść wskazywała na ich polskość.

W przypadku mediów ze Stanów Zjednoczonych były to: „Black Belt” (wydawnictwo Cheryl Angelheart Group Publisher z Kalifornii); zweryfikowany kanał telewizyjny UFC-Ultimate Fighting Championship (poprzez portal Youtube.com) oraz wybrane strony internetowe, których treść wskazywała na ich amerykańskie pochodzenie.

Biorąc pod uwagę wszystkie wcześniej wymienione elementy, czasopismo „Sztuki Walki: Magazyn Miłośników Sztuk i Sportów Walki” (1) było kwartalnikiem (a od 2011 roku – półrocznikiem), (2) obejmowało swoim zasięgiem całą Polskę (podstawowe informacje były publikowane w Internecie, ale w minimalnym zakresie), (3) przez prawie pięć lat pojawiało się regularnie co trzy miesiące, a w późniejszym czasie – co sześć, (4) zawierało takie rodzaje publikacji jak wywiad, reportaż, felieton, informacja itp., (5) posiadało zawartość zdominowaną przez publikacje słowno-obrazowe (mieszane),

³⁰ Por. P. Sztompka, *Wyobraźnia wizualna i socjologia*, w: *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. M. Bogunia-Borowska, P. Sztompka, Kraków 2012, s. 14–20.

³¹ Por. T. Konecki, dz. cyt., s. 43.

(6) tematycznie było zdominowane przez charakteryzację poszczególnych sztuk, sportów i systemów walki oraz informacje o wydarzeniach, (7) udostępniało swoje łamy autorom uważanym za mistrzów, (8) było w całości polskie, (9) dostępne w druku i (w ograniczonym zakresie) w Internecie, (10) nie odbiegało poziomem ceny od innych kwartalników i półroczników.

Następnie zbadano FightKlub jako telewizję polskojęzyczną poświęconą w całości różnym sposobom walki (1) nadającą całodobowo, (2) dostępną w Polsce za pośrednictwem platform telewizyjnych i w sieciach kablowych, (3) nadającą nieprzerwanie od momentu powstania, (4) wykorzystującą takie gatunki, jak informacja, relacja czy reportaż, (5) której czas antenowy zdominowały audycje mieszane, (6) dominującą tematyką były relacje z zawodów, sylwetki mistrzów, informacje o wydarzeniach oraz charakterystyka wybranych sztuk, sportów i systemów walki, (7) a najwięcej czasu poświęcono bokserom oraz mistrzom sztuk, sportów i systemów walki, (8) stację europejską, (9) obecną na nośnikach elektronicznych z odpowiednimi aplikacjami komputerowymi, (10) do której dostęp był uzależniony np. od wykupionego abonamentu w cenie porównywalnej do innych kanałów telewizyjnych na polskim rynku.

„Black Belt” (1) ukazuje się co miesiąc, (2) obejmuje swym zasięgiem zwłaszcza Stany Zjednoczone i Kanadę (3) nieprzerwanie od 1961 roku, (4) wykorzystuje wywiad, reportaż, felieton itp., (5) a publikacje mieszane dominują w każdym z kolejnych wydań, (6) wiodącą tematyką to poszczególne sztuki, sporty i systemy walki, historia oraz informacje o wydarzeniach sportowych, (7) zaś autorzy publikacji to głównie osoby posiadające tytuły mistrzowskie, (8) czasopismo w całości należy do amerykańskiego właściciela, (9) jest dostępne w wersji papierowej i elektronicznej w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie oraz innych państwach, (10) a ceny poszczególnych wydań nie odbiegają od innych miesięczników³².

Amerykańskim kanałem telewizyjnym skierowanym do odbiorców zainteresowanych różnymi sposobami walki jest profil stacji UFC-Ultimate Fighting Championship (dostępny za pośrednictwem portalu internetowego Youtube.com): (1) nadaje całodobowo, (2) dostępny w Stanach Zjednoczonych i innych krajach za pośrednictwem platform telewizyjnych i w sieciach kablowych (3) nieprzerwanie od momentu powstania, (4) wykorzystuje takie gatunki, jak informacja, relacja czy reportaż (5) i są to zasadniczo materiały mieszane, przy czym (6) dominują relacje z zawodów, sylwetki mistrzów, informacje o wydarzeniach oraz charakterystyka wybranych sztuk, sportów i systemów walki, reprezentowanych przez zawodników występujących podczas walk w klatkach czy na ringach, (7) zaś bohaterowie publikacji są związani z boksem lub innymi sposobami prowadzenia walki, (8) stacja należy do amerykańskiego właściciela, (9) a dostęp do jej oferty uzależniony był np. od wykupionego abonamentu (10) o cenie porównywalnej do innych kanałów telewizyjnych na amerykańskim rynku.

³² Por. P. Pawelec, dz. cyt., s. 20–22.

Strony internetowe dobierane zostały na podstawie wyników uzyskanych za pośrednictwem wyszukiwarki Google.com, w którą wpisywano frazy: „sztuka walki”, „sport walki”, „system walki”, „martial art.”, „fighting sport” i „combat system”. Analizowane strony internetowe przedstawiono w tabeli 1. Ze wspomnianych względów zrezygnowano z ich szczegółowego opisywania.

Tabela 1

Analizowane polskie i amerykańskie strony internetowe

Strony polskie		Strony amerykańskie	
Kravmaga.sekcje.pl	Fight24.pl	Bojuka.com	Martialartsadvantage.com
Chowgar.pl	Ringpolska.pl	Mixedmartialarts.com	Dogbrothers.com
Taekwondo-itf.pl/	Dogbrothers.pl	Hypermartialarts.com	Shootfighting.com
Pasw.waw.pl	Pretorium.com.pl	Martialartsplanet.com	Usamartialartsfitness.com
Aikido.edu.pl	Psww.com.pl	Ikaef.com	Usamartialarts.com
Fightsport.pl	Systemapoland.pl	Martialinfo.com	Usa-maf.org
Sporty-walki.org	Combat56.pl	Abadacapoeira.com	Smausaonline.com
Signum-polonicum.com.pl		Whitedragonmartialarts.com	

Źródło: Zestawienie własne

Przedstawione powyżej dane wskazują m.in. na różnorodność badanych stron internetowych, zarówno pod względem poszczególnych sztuk (Chowgar.pl), sportów (Fightsport.pl) i systemów walki (Combat56.pl), jak i ich instytucjonalizacji w formie szkół (Usamartialartsfitness.com) lub federacji (Usa-maf.org). Zanotowano też strony poświęcone temu samemu sposobowi walki (Dogbrothers.pl, Dogbrothers.com) oraz fora stanowiące obszar wymiany informacji pomiędzy zarejestrowanymi użytkownikami sieci.

Kodowanie treści według Stuarta Halla (w zarysie)

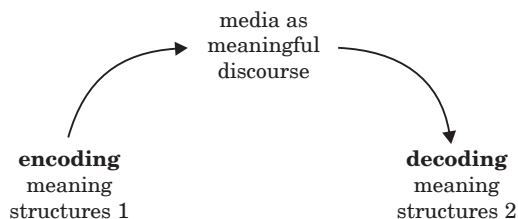
Zgodnie z koncepcją S. Halla, analizując środki masowego przekazu, należy skupić się m.in. na kontekstach treściowych oraz sposobach odbioru. Przedmiotem badań są zatem procesy kodowania i dekodowania. Założenia te dotyczą również interpersonalnej (bezpośredniej) wymiany informacji między nadawcą a odbiorcą. Wspólnym czynnikiem dla obu kontaktów jest indywidualizm poznawczy konsumentów pobierających informacje (zgodnie z koncepcją postmodernistycznego redefiniowania)³³.

Hall proponował też rezygnację z analiz systemu linearnego (nadawca – przekaz – odbiorca), w którym każdy element oddziałuje identycznie na pozostałe, ponieważ w rzeczywistości dominują odbiorcy i ich przekonania.

³³ Por. S.J. Baran, D.K. Davis, dz. cyt., s. 318.

Potwierdzenie słuszności tej tezy byłoby dowodem na mniejszy wpływ mediów na publiczność, niż pierwotnie zakładano³⁴. Nadawcy zakładają bowiem, że odbiorcy odczytują informacje zgodnie z ich oczekiwaniami. Jedną z konsekwencji promocji pożądaných przez media reakcji może być ich radykalne odrzucenie przez konsumentów, poprzedzone reinterpretacją dotychczasowego dyskursu³⁵.

Na uwagę zasługuje postulowanie negowania zastanych znaczeń. Zdaniem Halla, użyte sformułowania nie określają rzeczywistości, lecz ją konstruują, czyli nigdy nie oddają stanu faktycznego. Jednak odbiorcy traktują większość oferowanym im komunikatów jako prawdziwe i potwierdzające ich dotychczasową wiedzę o świecie. Osoby te rozkodowują przekazy, adaptują je i „wprowadzają” w swoją świadomość rozumowanie o danym przedmiocie czy problemie³⁶. Schemat obiegu tej wiedzy ilustruje rysunek 1.



Rysunek 1. Uproszczony schemat kodowania i dekodowania treści według S. Halla

Źródło: A. Roberts, *Notes on and quotations from Stuart Hall*, [online] <<http://studymore.org.uk/xyhall.htm>>, dostęp: 12.10.2014.

Przyjęto, iż wiedza kodowana, zachowująca własną strukturę, jest dostarczana do mediów. Tam też jest modyfikowana (zgodnie z realnymi oczekiwaniami wydawców i redakcji oraz potencjalnymi potrzebami konsumentów) i udostępniana odbiorcom, którzy z kolei dekodują ją na według własnego uznania oraz tworzą nową strukturę pojęciową³⁷. Struktura tego procesu nigdy nie jest symetryczna³⁸ i przyczynia się do zaistnienia dekodowania opozycyjnego (sprzecznego z odczytaniem dominującym)³⁹.

Hall wyróżnił cztery ważne czynniki tego procesu:

- 1) wytwarzanie kodowanych treści;
- 2) analizowanie treści pod kątem postrzegania wizualnego i tekstowego;

³⁴ Por. J. Drozda, *O powrót kulturoznawstwa zaangażowanego. Wspomnienie o Stuarcie Hallu*, „Res Publica” 2014, nr 1, [online] <<http://publica.pl/teksty/wspomnienie-stuart-hall-42013.html>>, dostęp: 11.10.2014.

³⁵ Por. S.J. Baran, D.K. Davis, dz. cyt., s. 318.

³⁶ Por. J. Hajduk-Nijakowska, *Kulturowy kontekst komunikowania*, w: *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, t. 3, red. E. Kuleczycki, M. Wendland, Poznań 2012, s. 149–159.

³⁷ Por. R.L. Mack, B.L. Ott, *Critical media studies: An introduction*, Oxford 2009, s. 2; H. Davis, dz. cyt. s. 65–67.

³⁸ Por. S. Hall, *Cultural studies and its theoretical legacies*, w: *The Cultural Studies Reader*, red. S. During, Nowy Jork, 2007, s. 105–106.

³⁹ Por. S.J. Baran, D.K. Davis, dz. cyt., s. 320.

- 3) dystrybucja treści oraz ich konsumpcja przez aktywnych odbiorców;
- 4) kopiowanie treści – etap możliwych obserwacji potencjalnych reakcji po całkowitym zaznajomieniu się z odbiorców z oferowaną treścią oraz wyłonienie się na tej podstawie wniosków końcowych⁴⁰.

Hall kwestionował też wszystkie składowe prostych modeli obiegu informacji, uważając iż znaczenie słów czy wyrażen w mediach zależy tylko od nadawców, komunikowane treści nigdy nie są jednoznaczne, zaś odbiorca nigdy nie jest całkowicie pasywny („sprzedany” obraz czy tekst nie musi wpływać na decyzje odbiorców, za to świadczy o tzw. niedopasowaniu treściowym mediów)⁴¹.

Przebieg i wyniki kodowania

Przeprowadzony proces badawczy oparto na elementach jakościowej analizy dyskursu tekstów i materiałów ilustracyjnych. Analizy dokonano ze względu na „celowe, nieprzypadkowe użycie języka w sytuacjach społecznych [...]”. Dyskurs może być zatem rozumiany jako sposób wyrażania opinii, przekazywania i negocjowania znaczeń, działania społecznego za pomocą języka i/lub innych środków⁴². Analizowano wyrażenia oceniające, powinnościowe oraz naukowe i specjalistyczne⁴³.

Przeprowadzono również analizę jakościową materiału ilustracyjnego, ponieważ zakłada się, że fotografia jest faktycznym odbiciem rzeczywistości, zatem jej badanie daje lepsze efekty niż analizowanie tekstu. Ponadto w przypadku tekstu odbiorca musi uruchamiać wyobraźnię, a w przypadku fotografii – jej treść jest niejako narzucona⁴⁴. Przedmiotem badania są nie tylko fotografie i ryciny, też wszelkie znaki na nich obecne. Znaki te powinny być czytelne dla odbiorcy posiadającego umiejętność ich rozkodowania. Właściwe odczytywanie tych znaków nie jest jednak wolne od czynników subiektywnych, mających wpływ np. na ich opisywanie⁴⁵.

Proces badawczy podzielono na poszczególne etapy:

- 1) sformułowanie pytań i hipotez,
- 2) operacjonalizacja pojęć i wskaźników,
- 3) wybór metod, technik i narzędzi,
- 4) wybór materiału badawczego,
- 5) przygotowanie kryteriów doboru próby oraz jej dobór,
- 6) ustalenie konstrukcji narzędzia badawczego,
- 7) realizacja badań właściwych,

⁴⁰ Por. S. Hall, *Encoding and decoding in the television discourse*, Birmingham 1973, s. 133.

⁴¹ Por. S. Hall, *Cultural studies...*, s. 70.

⁴² M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza tekstu...*, s. 14–15.

⁴³ Por. M. Dudkiewicz, *Zastosowanie analizy pola semantycznego i analizy „gloss” dla zaprezentowania sposobu postrzegania świata społecznego*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2006, nr 2, s. 40.

⁴⁴ Por. A. Ligocki, *Czy istnieje fotografia socjologiczna?*, Kraków 1987, s. 15.

⁴⁵ Por. K. Wolny-Zmorzyński, *Fotograficzne gatunki dziennikarskie*, Warszawa 2007, s. 15.

- 8) weryfikacja uzyskanego materiału,
- 9) kodowanie uzyskanych wyników, skonstruowanie bazy danych, ustalenie sposobu wpisywania danych do baz,
- 10) wstępne grupowanie materiału surowego,
- 11) testowanie hipotez i uogólnianie wyników⁴⁶.

Postawiono pięć pytań badawczych:

1. Czy wszelkie treści słowne, obrazowe i mieszane w badanych mediach dotyczą jasnego określenia cech i umiejętności mistrza sztuk, sportów i systemów walki?

2. Czy wszelkie treści słowne, obrazowe i mieszane w badanych mediach dotyczą jasnego określenia wymogów technicznych, które należy spełnić, aby daną osobę określano jako mistrza sztuk, sportów i systemów walki?

3. Czy w większości badanych mediów występowały treści negatywnie oceniające nieuczciwe zdobycie tytułu mistrza sztuk, sportów i systemów walki?

4. Czy w każdym z badanych mediów występowały treści podkreślające ważność wartości pozytywnych, takich jak: ciężka praca na treningach, dbałość o zdrowie, szacunek do nauczycieli, trenerów, współwiczających i przeciwnika?

5. Czy w każdym z badanych mediów występowały treści podkreślające przewagę uprawianej sztuki, sportu lub systemu walki (lub kilku wybranych) nad innymi?

Testowano następujące hipotezy:

1. Wszelkie treści słowne, obrazowe i mieszane w badanych mediach dotyczą jasnego określenia cech i umiejętności mistrza sztuk, sportów i systemów walki.

2. Wszelkie treści słowne, obrazowe i mieszane w badanych mediach dotyczą jasnego określenia wymogów technicznych, które należy spełnić, aby daną osobę określano jako mistrza sztuk, sportów i systemów walki.

3. W większości badanych mediów występowały treści negatywnie oceniające nieuczciwe zdobycie tytułu mistrza sztuk, sportów i systemów walki.

4. W każdym z badanych mediów występowały treści podkreślające ważność wartości pozytywnych, takich jak: ciężka praca na treningach, dbałość o zdrowie, szacunek do nauczycieli, trenerów, współwiczających i przeciwnika.

5. W każdym z badanych mediów występowały treści podkreślające przewagę uprawianej sztuki, sportu lub systemu walki (lub kilku wybranych) nad innymi.

W przypadku hipotezy pierwszej we wszystkich badanych mediach występowały jednoznaczne określenia cech i umiejętności mistrza sztuk, sportów i systemów walki. W publikacjach słownych były to przymiotniki i rzeczowniki (np. mistrzowski, specjalista, autorytet itp.), a w ilustracyjnych – techniki wskazujące na ich wysokie umiejętności.

Hipoteza druga również została zweryfikowana pozytywnie, ponieważ we wszystkich badanych mediach występowały określenia wymogów technicznych,

⁴⁶ Por. E. Babbie, dz. cyt., s. 74.

które należy spełnić, aby dana osoba była nazywana mistrzem sztuk, sportów i systemów walki. W większości materiały te były dodatkowo ilustrowane.

Hipoteza trzecia także się potwierdziła, gdyż w większości (ponad 50%) badanych mediów występowały treści negatywnie oceniające nieuczciwe zdobycie tytułu mistrza sztuk, sportów i systemów walki. Osoby takie były ukazywane jako przykłady patologii, jak też ośmieszane. Obliczono, że takich mediów było 62%.

Pozytywnie zweryfikowano hipotezę czwartą, jako że w każdym z badanych mediów występowały treści, w których podkreślano ważność wartości takich jak: ciężka praca na treningach, dbałość o zdrowie, szacunek dla nauczycieli, trenerów, współwiczających i przeciwnika (w rywalizacji sportowej). I w tym przypadku materiały te były dodatkowo ilustrowane odpowiednimi przykładami.

Ostatnia z hipotez też okazała się trafna – każde z badanych mediów posiadało treści, w których podkreślano przewagę uprawianej sztuki, sportu lub systemu walki (lub kilku wybranych) nad innymi. Przeważały informacje o przewadze konkretnego sposobu walki w sytuacji zagrożenia. Także w tym przypadku materiały te były dodatkowo ilustrowane.

Interpretacja wyników i wysunięte wnioski

Otrzymane wyniki wskazują na przybliżanie treści kulturowych poprzez tekst, ilustrację, dźwięk lub formy mieszane. Można zatem mówić o „obrazowości” wyrażanej poprzez stosowanie odpowiednich figur stylistycznych, porównań oraz opisów mających ułatwić osobom korzystającym z mediów masowych przyswajanie takich treści⁴⁷. Obrazy te są przez odbiorców kodowane i dekodowane, konsekwencją czego może być postrzeganie sztuk, sportów i systemów walki jako zjawisk pozytywnych, negatywnych bądź obojętnych (w zależności od opinii tych konsumentów mediów). Osobnym tematem rozważań pozostaje propagowanie przez media konkretnych treści (np. brutalnych walk w klatkach lub ich krytyki).

Publikacje w mediach segmentowanych pod kątem odbiorców zainteresowanych tematyką sztuk, sportów i systemów walki wskazują na utrzymujący się autorytet mistrza, jednak jedynie na poziomie posiadanego stopnia mistrzowskiego. Zdecydowanie mniej miejsca poświęca się chociażby na pobieżne weryfikowanie umiejętności osób dążących do bycia w pełni uznanymi autorytetami.

Niezmiennie jest również podejście do tematu wysiłku fizycznego, poświęcenia, waleczności oraz dążenia do perfekcji. Zmianie uległo traktowanie walk w klatkach, które – jak się wydaje – wypierają tradycyjne formy sztuk i sportów walki z mediów masowych (systemy walki jako równie atrakcyjne – ze względu

⁴⁷ Por. M. Danesi, *Dictionary of media and communications*, Nowy Jork 2009, s. 154.

na potencjalną skuteczność oraz brutalność – również mogą liczyć na obecność w środkach masowego komunikowania).

Analizując postulaty zaproponowane przez S. Halla, uprawniony wydaje się być wniosek, że kontestowanie jasno określonych definicji przyczynia się do pojawienia się kilku problemów. Po pierwsze, wątpliwości co do desygnatów podmiotów definiowanych (jak w ideologii *gender studies*), co skutkuje bałaganem w operacjonalizacji, wybiórczymi i błędnymi obserwacjami (poprzez zły wybór obiektów), błędnie postawionymi i weryfikowanymi hipotezami oraz nieuprawnionymi uogólnieniami. Stąd pojawiać się może pytanie o sens replikacji badań opartych na błędnych definicjach⁴⁸. Problem drugi może dotyczyć rozbieżności pomiędzy informacjami płynącymi z mediów a rzeczywistością obserwowaną bezpośrednio przez ich konsumentów. Z jednej strony odbierają oni informację o posiadaniu przez konkretną osobę tytułu mistrza sztuk, sportów i systemów walki, a z drugiej – obserwacje przez nich prowadzone mogą dostarczać wiedzy negującej zasadność przyznania takiego wyróżnienia. W konsekwencji odbiorcy ci mogą zniechęcić się do jakichkolwiek medialnych autorytetów oraz do danego medium jako niewiarygodnego. Na trzecią konsekwencję zwraca uwagę W.J. Cynarski, który wśród błędów w badaniach treści kulturowych w teoriach sztuk, sportów i systemów walki wymienia m.in. emocjonalne zaangażowanie badaczy, połączone z brakiem dystansu i ideologizacją zagadnień. Podanym przez niego przykładem jest książka Guntrama C. Goldnera, nawiązująca m.in. do łączenia koncepcji marksistowskiej (Róża Luksemburg) i sztuk walki⁴⁹.

Podsumowanie

Przeprowadzone badanie można zakwalifikować jako potwierdzające tezę, iż media skierowane do osób zainteresowanych sztukami, sportami i systemami walki posiadają własny – szeroko rozumiany – dyskurs. Składają się na niego określony język oraz ilustracje tematyczne mające wzmacniać efekt przekazu⁵⁰. Związane z tym treści poddawane są (biorąc pod uwagę koncepcję S. Halla) dekodowaniu, które podejmowane jest zwykle przez osoby amatorsko lub zawodowo zainteresowane omawianą tematyką.

Media Martial Arts chcą być postrzegane jako źródła wiarygodnych informacji, dlatego też powinny unikać przedstawiania treści wywołujących wątpliwości. Powstaje przy tym pytanie o rzeczywiste działania mające w celu ułatwienie odbiorcom „dostępu do wiedzy i wpływu na społeczny odbiór przekazywanych treści”⁵¹.

⁴⁸ Por. Por. E. Babbie, dz. cyt., s. 56.

⁴⁹ Por. W.J. Cynarski, *Teoria i praktyka...*, s. 33.

⁵⁰ Por. D.A. Scheufele, *Framing as a theory of media effects*, „Journal of Communication” 1999, nr 1, s. 103–122.

⁵¹ W.J. Cynarski, *Sztuki walki budō w kulturze Zachodu*, Rzeszów 2000, s. 65.

Zastosowanie praktyczne przyszłych badań mogłoby obejmować m.in. szersze rozpoznawanie cech publikacji gatunku Martial Arts w mediach masowych, które są przykładem środków transmisji kultury Wschodu do kultury Zachodu. Ponadto wiedza o audytorium danego medium (zwłaszcza o jednostkach czynnie uprawiających sporty walki oraz osobach zainteresowanych naukowo tym zagadnieniem) jest – z punktu widzenia właścicieli – niezbędna z powodów ekonomicznych. Oba te elementy sprzyjają przyszłej wielokierunkowej analizie mediów Martial Arts⁵².

Sztuki, sporty i systemy walki stały się globalnym produktem medialnym, będącym przedmiotem m.in. analiz socjologicznych, medioznawczych czy z zakresu komunikacji masowej. Kodowane treści z nimi związane otrzymują (za Hallem) „preferowane odczytanie”, mające wywierać pożądaną przez ich autorów wpływ na media i odbiorców, będących ostatnim ogniwem w zaplanowanym przez nadawców procesie „orientacji na recepcję”⁵³.

Bibliografia

- Alasuutari P., *Cultural images of the media*, w: *Rethinking the Media Audience: The New Agenda*, red. P. Alasuutari, Londyn 1999.
- Babbie E., *Podstawy badań społecznych*, tłum. W. Betkiewicz i in., Warszawa 2008.
- Banks M., *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, tłum. P. Tomanek, Warszawa 2009.
- Baran S.J., Davis D.K., *Mass communication theory. Foundations, ferment, and future*, Belmont 2006.
- Bowman P., *The globalization of martial arts*, w: *Martial Arts of the world: An encyclopedia of history and innovation*, red. T.A. Green, J.R. Svinth, Santa Barbara 2010.
- Cynarski W.J., *Film gatunku sztuk walki 1969–1999*, „Ido – Ruch dla Kultury/Movement for Culture” 2000, nr 1.
- Cynarski W.J., *Sztuki walki budō w kulturze Zachodu*, Rzeszów 2000.
- Cynarski W.J., *Teoria i praktyka dalekowschodnich sztuk walki w perspektywie europejskiej*, Rzeszów 2000.
- Danesi M., *Dictionary of media and communications*, Nowy Jork 2009.
- Davis H., *Understanding Stuart Hall*, Londyn 2004.
- Dijk van T., *Introduction: Discourse analysis in (mass) communication research*, w: *Discourse and communication. New approaches to the analysis of mass media discourse and communication*, red. T. van Dijk, Berlin – Nowy Jork 1985.
- Docx D., *Postmodernism is dead*, „Prospect Magazine” 2011, nr 8, [online] <<http://prospectmagazine.co.uk/features/postmodernism-is-dead-va-exhibition-age-of-authenticism>>, dostęp: 28.09.2014.
- Drozda J., *O powrót kulturoznawstwa zaangażowanego. Wspomnienie o Stuarcie Hallu*, „Res Publica” 2014, nr 1, [online] <<http://publica.pl/teksty/wspomnienie-stuart-hall-42013.html>>, dostęp: 11.10.2014.
- Dudkiewicz M., *Zastosowanie analizy pola semantycznego i analizy „gloss” dla zaprezentowania sposobu postrzegania świata społecznego*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2006, nr 2.
- Gackowski T., Łączyński M., Majchrzyk Ł., Matyja A., Wiczorkowski M., *Skrypt do analizy zawartości prasy*, Warszawa 2007.
- Gorman L., McLean D., *Media and society into the 21st century*, Oxford 2009.

⁵² Por. P. Pawelec, dz. cyt., s. 22, 26.

⁵³ Por. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2008, s. 89.

- Grech M., „*Wszystko jest komunikacją*”. *Projekt opisu struktury społecznej i metodologii badań*, w: *Teorie komunikacji i mediów*, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, t. 2, Wrocław 2010.
- Hajduk-Nijkowska J., *Kulturowy kontekst komunikowania*, w: *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, t. 3, Poznań 2012.
- Hall S., *Cultural studies and its theoretical legacies*, w: *The Cultural Studies Reader*, red. S. Doring, Nowy Jork 2007.
- Hall S., *Encoding/decoding*, w: *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, red. S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, P. Willis, London 1980.
- Hall S., *Encoding and decoding in the television discourse*, Birmingham 1973.
- Kellner D., *Cultural studies and social theory: A critical intervention*, [online] <<http://gseis.ucla.edu/faculty/kellner/kellner.html>>, dostęp: 28.09.2014.
- Konecki T., *Wizualne wyobrażenia. Główne strategie badawcze w socjologii wizualnej a metodologia teorii ugruntowanej*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2005, nr 2.
- Ligocki A., *Czy istnieje fotografia socjologiczna?*, Kraków 1987.
- Lisowska-Magdziarz M., *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, Kraków 2006.
- Lisowska-Magdziarz M., *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*, Kraków 2004.
- Lisowska-Magdziarz M., *Dyskurs – semiotyka – wspólnota interpretacyjna. W stronę modelu zintegrowanego instrumentarium badań nad zawartością mediów (zaproszenie do dyskusji)*, „Global Media Journal – Polish Edition” 2006, nr 1, [online] <<http://globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Lisowska-Magdziarz-Zawartosc-dyskurs-semiotyka.pdf>>, dostęp: 28.09.2014.
- Mack R.L., Ott B.L., *Critical media studies: An introduction*, Oxford 2009.
- Macnamara J., *Media content analysis: Its uses, benefits and Best Practice Methodology*, „Asia Pacific Public Relations Journal” 2005, nr 1.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2008.
- Pawelec P., *“Black Belt” as an example of a magazine about martial arts. Outline of the subject*, „*Ido Movement for Culture. Journal of Martial Arts Anthropology*” 2011, nr 3.
- Pawelec P., *Encoding and decoding martial arts media content in Poland and USA*, „Abstract Book of Third World Scientific Congress of Combat Sports and Martial Arts. October 15–17, 2014, Rzeszów”, Rzeszów 2014.
- Pillai P., *Rereading Stuart Hall’s encoding/decoding model*, „*Communication Theory*” 1992, nr 2.
- Procter J., *Stuart Hall*, Londyn 2004.
- Reese S.D., Shoemaker P.J., *Mediating the message. Theories of influences on mass media content*, Nowy Jork 1996.
- Roberts A., *Notes on and quotations from Stuart Hall*, [online] <<http://studymore.org.uk/xyhall.htm>>, dostęp: 12.10.2014.
- Scheufele D.A., *Framing as a theory of media effects*, „*Journal of Communication*” 1999, nr 1.
- Shevchenko A., *Discursive analysis of mass media texts*, „*Theory of Communication and Applied Communication*” 2002, nr 1.
- Silverman D., *Interpretacja danych jakościowych*, tłum. M. Głowacka-Grajper, J. Ostrowska, Warszawa 2009.
- Skidmore M.J., *Oriental contributions to western popular culture: The Martial Arts*, „*The Journal of Popular Culture*” 1991, nr 1.
- Sztompka P., *Wyobrażenia wizualna i socjologia*, w: *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. M. Bogunia-Borowska, P. Sztompka, Kraków 2012.
- Taylor L., Willis A., *Medioznastwo. Teksty, instytucje, odbiorcy*, tłum. M. Król, Kraków 2006.
- Thompson J.B., *The media and modernity: A social theory of the media*, Stanford 1995.
- Wolny-Zmorzyński K., *Fotograficzne gatunki dziennikarskie*, Warszawa 2007.

Streszczenie

W artykule podjęto temat kodowania treści obecnych w wybranych mediach masowych z gatunku Martial Arts, koncentrując się zwłaszcza na pierwszym etapie procesu komunikacji, kiedy to wszelkie pojawiające się informacje są określane za po-

mocą odpowiednich pojęć. Podstawą teoretyczną tej krótkiej analizy była koncepcja Stuarta Halla, zgodnie z którą treści przedstawiane w mediach odczytywane są przez odbiorców na różne sposoby. Autor analizuje treści wybranych mediów Martial Arts (polskich, polskojęzycznych i amerykańskich), wykorzystując dane jakościowe uzyskane z badania materiałów tekstowych i ilustracyjnych. Wskazuje na występowanie w nich jasno określonych terminów, takich jak „mistrz”, „umiejętności” czy „tradycja”. Artykuł stanowi pierwszą z trzech części analizy kodowania, transmisji i dekodowania treści medialnych związanych bezpośrednio ze sztukami, sportami i systemami walki.

Summary

Encoding Martial Arts media content (based on Stuart Hall's theory). A short introduction to the analysis

This article is based on the coding of content present in the selected mass media belonging to the Martial Arts genre. The theoretical basis for this brief analysis is Stuart Hall's theory, according to which the specific content presented in the media is read by recipients in various ways. The author of this publication focuses especially on the first stage of the communication process, when all emerging information is determined by the relevant concepts. The main aim of this writing is to treat it as the first of three parts of a future analysis of the coding, transmission and decoding of media content directly related to the martial arts, fighting sports and combat systems. It includes a short analysis of the selected Martial Arts media content (Polish, Polish-language and American), using qualitative data obtained from the study of text and illustrative materials. The results indicated the occurrence of clearly defined terms related to martial arts, fighting sports and combat systems, such as “master”, “skills” and “tradition”.