

Od redaktora naczelnego

„Rocznik Medioznawczy”, którego pierwszy numer oddajemy do rąk Czytelników, powstał jako organ utworzonej na początku 2017 roku Komisji Medioznawczej Polskiej Akademii Umiejętności. Redaktorzy pragną, by otworzył swoje łamy dla wszechstronnej refleksji naukowej nad żywiolowo rozwijającymi się technologiami cyfrowymi, nowymi metodami komunikowania się i przekazywania informacji, a także nad funkcjonowaniem mediów w społeczeństwie. W tekstach publikowanych w „Roczniku Medioznawczym” pragniemy skoncentrować się na immanentnym i holistycznym badaniu mediów, na ich historii i teorii oraz na tym, jak media tworzą wiedzę, przetwarzają ją i przekazują w procesie komunikacji; nadto stawiamy na pierwszym planie jednorodność merytoryczną i metodologiczną medioznawstwa, nie zapominając o jego źródłach i korzeniach jako dyscypliny wiedzy. Równocześnie spróbujemy na nowo spojrzeć na media, a zwłaszcza na fundamentalne modele ich funkcjonowania, i odpowiedzieć na pytania, które może już dziś wydają się zbyt błahe, by je zadawać: czym są media i jak je badać? Niemniej bez precyzyjnej odpowiedzi na pierwsze z nich dalsze próby ustalenia np. metod badawczych mogą okazać się bezowocne, ponieważ zasada, że to przedmiot badań wyznacza metodologię procedury badawczej, jest bezwzględnie obowiązująca. We współczesnych mediach mamy głównie do czynienia z transgresją – przekraczaniem granic dotychczasowych form przekazu – co się wyraża bądź tylko ich modyfikacją lub w ogóle zanikiem tradycyjnych relacji komunikacyjnych typu: jeden nadawca – jeden odbiorca, a w rezultacie prowadzi do symulacji treści i gatunków komunikowania, emergencji oznaczającej pojawianie się nowych cech, własności „doskonalszych” od tych, które stanowiły podłoże ich zaistnienia. Media jako pośrednik, głównie za sprawą pracowników mediów – właścicieli, dziennikarzy, członków redakcji, copywriterów itp. – mają ważny udział w tego rodzaju metamorfozach, a zwłaszcza w podejmowaniu decyzji, w jakiej postaci to, co powiedział lub napisał nadawca (autor), dociera do odbiorcy. O ile tego typu zmiany, dokonane przez wtórnych autorów mediów, są łatwe do prześledzenia – bo wystarczy porównać przekaz nadawcy z tym, co po przepuszczeniu przez filtr mediów dociera do odbiorcy, i co w konsekwencji pozwala dostrzec potęgę mediów w przekształcaniu komunikatu, o tyle zmiany wprowadzone do przekazu przez uwarunkowania techniczne i ich wpływ na język mediów nie zostały jeszcze dostatecznie szczegółowo dowiedzione. Chodzi tu o cały obszar zmian w przekazie medialnym, zachodzących pod wpływem zastosowanych środków technicznych oraz przede wszystkich preferencji pracowników mediów, którzy opracowywany materiał dostosowują np. do różnorodnie uwarunkowanych poleceń redakcji. Zmiany mogą dotyczyć zarówno treści, jak i formy aktu mowy (przekazu medialnego), ale głównie chodzi tu o całą obudowę pragmatyczną wypowiedzi przedmedialnej, a więc otoczenie, miejsce oraz czas, w którym dokonuje się akt mowy, ważne są też okoliczności fizyczne, intencje, cele i ambicje, forma i kontekst wydarzenia, wskazówki, które mają za zadanie ocenić ton głosu, maniery oraz ducha konwersacji, społeczne, ogólnie przyjęte reguły zachowania, formę oraz styl mowy, a nawet szczegóły samego wydarzenia. Istotne jest zbadanie, w jakim stopniu te ograniczenia, lub ich przewyciężenie, są obecne w mowie postmedialnej, która dociera

w końcu do odbiorcy, a jej kształt jest determinowany z jednej strony głównie rodzajem mediów-filtrów, z drugiej – typem nadawcy, jakkolwiek ten ostatni, na skutek totalnej hegemonii mediów, najczęściej ostatecznie traci kontrolę nad wyprodukowaną przez siebie mową (komunikatem). Odpowiedzialne są za to rodzaje filtrów epistemologicznych i aksjologicznych, które decydują o przekazywanym w mediach obrazie świata. Z transgresyjno-emergencyjnego modelu komunikacyjnej hegemonii mediów wynikają poważne konsekwencje metodologiczne – otóż medioznawstwo na stawiane problemy badawcze stara się znaleźć odpowiedź z wykorzystaniem charakterystycznej, znamiennej tylko dla siebie metodologii, co pozostaje w sprzeczności z fundamentalnym twierdzeniem o interdyscyplinarności jako głównej metodzie w badaniach mediów. Związane jest to z centralną pozycją mediów w akcie komunikacyjnym, która nie wymaga, by medioznawcy w swoich badaniach dopuszczali ingerencję metodologiczną spoza swojej dyscypliny. Zarówno transmisyjność, jak i transgresja, i emergencja są immanentnymi cechami samych mediów, z czego wynika ich inkluzywna, tzn. powszechna, dostępna dla każdego i obejmująca całość zbioru lub obszaru rola w komunikowaniu społecznym. Redaktorzy i wydawcy „Rocznika Medioznawczego” liczą, że tak zarysowany program spełni nadzieje Czytelników: badaczy mediów, nauczycieli, studentów i szerokiego grona odbiorców, czego im serdecznie życzymy.

W imieniu redakcji

Maciej Kawka