

Słowo od Redaktorek

Pandemia COVID-19 okazała się klasycznym „szarym łabędziem”, wywracając nasz świat do góry nogami¹. Rewolucja cyfrowa, dookreślająca w swoich ramach rolę nowych technologii komunikacyjnych jako kluczowe centrum, z którego promieniują wszelkie nowe zjawiska, generujące nowe potrzeby i zachowania, przyspieszyła na wielu polach. Tezę o „nowych czasach” i „nowej normalności”, które będą toczyć się według nowego paradygmatu, potwierdzają w szczególności zmiany w życiu społecznym i prywatnym, spowodowane wymuszoną izolacją. Konieczność adaptowania się mediów do ekosystemu cyfrowego nie przypomina przy tym znanej z wcześniejszych rewolucji mediamorfozy, kiedy to nowe media nie wypierają starych, funkcjonując obok siebie. Konwergencja implikuje bowiem zjawiska do tej pory niewystępujące. Media, będące w fazie pomiędzy epoką analogową a cyfrową, podlegają bowiem w przyspieszonym tempie internetyzacji. Przeobrażeniom ulegają wszelkie aspekty działania mediów – od organizacji produkcji do form i narzędzi konsumpcji zawartości.

Idea numeru specjalnego poświęconego mediom w czasie pandemii wywołała duży odzew ze strony środowiska naukowego, dlatego Redakcja „Media Biznes Kultura” zdecydowała o wydaniu pierwszego numeru tematycznego czasopisma. Lektura artykułów uświadamia zasięg i dynamikę zmian, które w „nowej normalności” będą ulegać pogłębieniu i kolejnym przeobrażeniom. Teksty poruszają te kwestie w różnych aspektach i ujęciach, będących wynikiem obserwacji i badań zawartości mediów, publiczności czy też debat ekspertów. Rozważania, poparte danymi z raportów oraz badań empirycznych, starają się znaleźć odpowiedzi na pytanie o charakter, głębokość i kierunek zmian konwergencji medialnej, która zachodzi wraz z konwergencją sfer publicznych i prywatnych. Łącznikiem jest teza dotycząca ogromnego wpływu pandemii na środowisko medialne i odbiorców mediów.

*Alicja Jaskiernia
Katarzyna Gajlewicz-Korab*

¹ I. Krastew, *Nadeszło jutro. Jak pandemia zmienia Europę*, przekł. M. Sutowski, Warszawa 2020, s. 11.

Dear Readers!

The COVID-19 pandemic has turned out to be a classic “grey swan”, turning our world upside down¹. The digital revolution, in which the role of new communication technologies has been defined as the key centre from which all new phenomena that generate new needs and behaviours radiate, has accelerated in many areas. The thesis about “new times” and “new normality”, which will take place according to a new paradigm, is confirmed in particular by changes in social and private life, caused by forced isolation. The necessity to adapt the media to the digital ecosystem does not resemble the mediamorphosis known from earlier revolutions, when the new media do not replace the old ones but they function side by side. Convergence implies phenomena that have not occurred so far. Media, being in the phase between the analogue and digital epochs, are subject to an accelerated pace of internetization. All aspects of media activity are transformed – from the organization of production to the forms and tools of content consumption.

The idea of a special issue devoted to the media during the pandemic caused a great response from the scientific community, which is why the editors of “Media Business Culture” decided to publish the first thematic issue of the journal. Reading the articles makes you aware of the scope and dynamics of changes that will be deepened and transformed in the “new normality”. All articles deal with these issues in various aspects and perspectives, resulting from the observation and research of the content of the media, audience or experts’ debates. The considerations, supported by data from reports and empirical research, try to find answers to the question about the nature, depth and direction of changes in media convergence that occurs with the convergence of public and private spheres. The link is the thesis regarding the enormous impact of the pandemic on the media environment and media recipients.

*Alicja Jaskiernia
Katarzyna Gajlewicz-Korab*

¹ I. Krastew, *Nadeszło jutro. Jak pandemia zmienia Europę*, transl. M. Sutowski, Warszawa 2020, s. 11.