

Od redaktorów

Bieżący numer *Zeszytów Prasoznawczych* jest drugim z czterech, który Redakcja w ścisłej współpracy z Polskim Towarzystwem Komunikacji Społecznej zamierza poświęcić problemom mediatyzacji. Zgromadzone w nim prace są poświęcone mediatyzacji polityki: aktorom, płaszczyznom i kontekstom tego procesu.

Media masowe to dzisiaj niemal najważniejsze źródło naszej wiedzy i opinii o świecie. To środki masowego komunikowania – telewizja, Internet, prasa, radio – konstruują i reprezentują te obszary życia, do których nie jesteśmy w stanie dotrzeć osobiście; dzięki mediom otrzymujemy więcej informacji o świecie niż nasi przodkowie kiedykolwiek dotąd. Media wpływają też na to, co myślimy o świecie dostępnym naszemu doświadczeniu – wyznaczają ramy interpretacyjne dla wydarzeń i zjawisk bliskich i znanych. Doświadczenie medialne wpływa na doświadczanie świata; formy i treści komunikowania między ludźmi – tak w wymiarze indywidualnym, jak i zbiorowym – są kształtowane pod wpływem i przy udziale mediów masowych. Nazywamy to zjawisko mediatyzacją.

W społeczeństwie zmediatyzowanym środki komunikacji masowej pośrednio i bezpośrednio wpływają na kształt życia politycznego i rozwój (lub kryzys) demokracji. Stanowią one najważniejszą arenę debaty publicznej, obszar wymiany i negocjacji opinii i interesów. Kształtują formy i treści życia politycznego. Budują agendę społeczną, wskazując ważność rozmaitych problemów społecznych, a także podpowiadają formy ich rozwiązania. Legitymizują i unieważniają interesy rozmaitych grup i zbiorowości.

W takim społeczeństwie media pośrednio i bezpośrednio kształtują kulturę; właściwie same w sobie są kulturą. Tworzą największy zasób tekstów, narracji, obrazów, z których zbudowane jest nasze doświadczenie kulturalne. Wyznaczają ponadto hierarchię zjawisk kulturalnych, decydują o sposobach uczestnictwa w kulturze, kształtują poczucie estetyki, wyrabiają nawyki kulturalne. Kultura zmediatyzowana to kultura technologiczna. Kształt, rozległość, zróżnicowanie, charakter doświadczeń kulturalnych ludzi są bowiem uwarunkowane ich dostępem do technologii komunikacyjnych. Udział w kulturze zależy od dostępu do mediów i od umiejętności ich użytkowania. Niezmiernie ważna staje się więc kompetencja technologiczna i medialna. Mediatyzacji podlegają również instytucje edukacyjne, a dystrybucja i wymiana wiedzy naukowej i potocznej okazuje się praktycznie niemożliwa bez udziału technologii komunikacyjnych.

Mediatyzacja kształtuje też zwykłe, codzienne ludzkie życie. Korzystanie z mediów to jedna z najistotniejszych praktyk społecznych. Jest integralną częścią życia rodzinnego i towarzyskiego, reguluje czas, modyfikuje przestrzeń domową i publiczną, zapewnia rytm i strukturę codzienności. Media wpływają na upodobania i style życia, podpowiadają wzorce sukcesu i drogi jego osiągnięcia, uczą społecznie legitymizowanych sposobów komunikowania się z innymi, kształtują postawy ludzi wobec zabawy i rozrywki, konsumpcji i wiedzy, norm społecznych, ciała i seksualności, a także względem Innego.

Zjawisko mediatyzacji – rozległych, wielokierunkowych wpływów i oddziaływań mediów masowych na treści i formy życia społecznego – stało się na początku XXI wieku jednym z najważniejszych obszarów dyskusji w naukach społecznych i medioznawstwie. Międzynarodowe gremia naukowe mają oddziały poświęcone badaniu tego zjawiska. Mediatyzacja jest tematem projektów badawczych. Wydawane są na jej temat liczne publikacje.

Zagadnienie jest tak znamienne, że postanowiono poświęcić mu cały III Kongres Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, który odbył się w Krakowie we wrześniu 2013 roku. Blisko trzystu badaczy i badaczek mediów i komunikacji społecznej z Polski i zagranicy prezentowało na nim wystąpienia teoretyczne, *case studies* oraz relacje i raporty ze szczegółowych badań z zakresu mediatyzacji. Sporo uwagi poświęcono też rozważaniom na temat metod i technik badania procesów medialnego zapośredniczenia i mediatyzacji rozmaitych aspektów życia społecznego.

Obrady Kongresu ujawniły pilną potrzebę uporządkowania i kompleksowego opisu problematyki mediatyzacji na gruncie nauki o mediach i komunikacji społecznej. Konieczne okazało się uzgodnienie definicji, terminologii, języka, jakim o mediatyzacji można mówić i pisać w kontekście naukowym. Dyskusje na ten temat miały doprowadzić do sformułowania licznych pytań o charakterze filozoficznym, dotyczących zarówno statusu zapośredniczonego medialnie obrazu świata, jak i poznawczych wymiarów mediatyzacji, a wreszcie jej etycznych implikacji dla profesji dziennikarskiej i zawodów okołomedialnych. O mediatyzacji rozmaitych sfer polityki, życia społecznego i kultury mówili nie tylko medioznawcy. Obecność językoznawców, semiotyków, socjologów, politologów, filozofów, etyków, antropologów, kulturoznawców, historyków, pedagogów, specjalistów od marketingu i kształtowania wizerunku dowiodła, że zjawisko mediatyzacji może być analizowane z rozmaitych punktów widzenia. Raz jeszcze potwierdziły się przekonania o interdyscyplinarnych wymiarach nauki o mediach i komunikacji społecznej.

Rozmaitość i bogactwo refleksji związanej ze zjawiskiem mediatyzacji, przy jednoczesnym braku w polskim piśmiennictwie kompleksowego, całościowego jego opisu, leżą u podstaw koncepcji niniejszego cyklu publikacji. Kolejne cztery numery *Zeszytów Prasoznawczych* – dotyczące problemów mediatyzacji – mają wypełnić tę lukę, jednocześnie podsumowując i porządkując wiedzę o mediatyzacji w rozmaitych sferach życia. Poświęcone będą one zatem: problematyce

definitywnej i filozoficznej związanej z mediatyzacją; mediatyzacji sfery polityki i komunikowania międzynarodowego; mediatyzowanej perswazji publicznej; mediatyzacji kultury i wpływowi mediów na życie społeczne. W tym numerze redakcja *Zeszytów...* zdecydowała się skupić na zjawisku mediatyzacji życia i jego kontekstach.

Pierwsza część tego *Zeszytu...* dotyczy zjawiska mediatyzacji życia. Jest próbą poszukiwania narzędzi rozumienia i opisu zjawiska mediatyzacji w różnych kontekstach codziennego życia. Michał Drożdż pokazuje w sposób sondujący niektóre aspekty procesów mediatyzacji życia, odwołując się do empirycznej wiedzy o procesach zmian technologicznych w świecie mediów, jak również do teoretyczno-filozoficznych koncepcji współczesnej mediosfery. Artykuł Ignacego Fiuta jest próbą konstrukcji projektu ontologii komunikowania w kontekście nowych technologii komunikowania. Analizy Bernadetty Cich są pewną propozycją kierunku badań nad mediatyzacją i jej możliwymi aspektami za pomocą narzędzi retoryki i filozofii obrazu. Katarzyna Kopecka-Piech wyodrębnia i analizuje trzy aspekty aplikatyzowanej komunikacji mobilnej: hybrydyzację, wielozadaniowość i współdzielenie, ukazując tym samym zjawisko mediatyzacji jako rezultat aplikatyzacji mediów mobilnych. Malwina Popiołek prezentuje wybrane zagadnienia z zakresu korzystania z serwisów społecznościowych, a także zwraca uwagę na wyzwania i zagrożenia związane z ich użytkowaniem.

Druża część niniejszego *Zeszytu...* przedstawia różne odsłony dyskursu w kontekście zjawiska mediatyzacji. Autorzy artykułów w tej części tematycznej wpisują się swoimi analizami w dyskurs badawczy wokół zjawiska mediatyzacji, próbując diagnozować niektóre problemy życia związane z procesami mediatyzacji i wskazując na potrzeby wielorakich kompetencji w ich rozwiązywaniu. Agnieszka Ogonowska ukazuje wybrane modele kompetencji informacyjnej i medialnej w powiązaniu z teoriami psychologicznymi i socjologicznymi oraz obszarami zastosowania tych kompetencji w różnych obszarach życia społecznego jednostki. Wiesława Woźniak stara się odpowiedzieć na pytanie, czy i jak możliwa jest dbałość o wartości w mediosferze, szczególnie w sytuacjach, kiedy paradoksy mediatyzacji problematyzują zagadnienie wartości w życiu jednostki i społeczności. Weronika Madryas koncentruje się na analizie znaczenia nowych mediów w procesie zarządzania informacją. Celem artykułu Mariusza Makowskiego jest analiza wielorakich interakcji pomiędzy tzw. medialnym ekspertem, dziennikarzem i odbiorcą na podstawie wybranych *case studies*. Anna Lusińska dowodzi istotności mediacji w sporze propagowanej w mediach masowych na przykładzie rządowej kampanii społecznej pt. „Masz prawo do mediacji”.

Trzecia część tego *Zeszytu...* ukazuje konteksty i przejawy zjawiska mediatyzacji w praktyce dziennikarskiej, w przekazach reklamowych, w funkcjonowaniu radia czy Internetu. Autorzy starają się pokazać złożoność fenomenu mediatyzacji, odwołując się w swych badaniach zarówno do funkcjonalności nowych technologii medialnych i ich dziennikarskich zastosowań, jak i do analiz historycznych. Jerzy Smoleń próbuje spojrzeć analitycznie na tematykę śmierci

i umierania w obrazach medialnych. Prezentowanie śmierci w sytuacjach przemocy, morderstw, katastrof, wojen, konfliktów budzi niewątpliwie lęk, z drugiej zaś strony oswaja odbiorcę z widokiem śmierci. Autor zwraca uwagę na wielorakie konsekwencje takiego medialnego obrazu śmierci. Karolina Albińska przedstawia w ujęciu analityczno-historycznym specyficzny megagatunek radiowy, jakim jest *morning show*, ukazując na tym przykładzie atrakcyjność i aktualność radia w świecie konkurencji nowych mediów. Agnieszka Łukasik-Turecka usiłuje analitycznie odpowiedzieć na pytanie, czy w dobie nowoczesnych kampanii wyborczych audytywna (radiowa) reklama wyborcza jest koniecznością, przeżytkiem czy też komplementarnym narzędziem komunikowania politycznego. Wojciech Furman zgłębia pytanie, czy można odróżnić działania *public relations* od stronniczego dziennikarstwa. Autor stosuje kilka kryteriów pozwalających odpowiedzieć na to pytanie na podstawie empirycznej analizy zawartości publikacji dwóch tygodników opinii (*Polityka* i *Uważam Rze*). Katarzyna Drąg sięga do historii literatury XIX wieku, pokazując na przykładzie tekstów Michała Bałuckiego etos dziennikarski aktualny także w dobie współczesnej mediatyzacji życia. Powrót autorki do refleksji z tamtego okresu jest próbą ukazania jednego z etapów rozwoju myśli o istocie dziennikarstwa w ogóle. Renata Szczepaniak podejmuje tematykę „nowego trybalizmu” w świecie Internetu, prezentując jego gospodarczy, polityczny, a przede wszystkim kulturowy i emocjonalny wymiar. Autorka przypisuje duże znaczenie faktowi, że członkowie współczesnych społeczeństw wykorzystują sieci komputerowe do uczestniczenia w zasobach kultury i tworzenia poczucia wspólnoty.

Mam nadzieję, że zebrane w niniejszym numerze *Zeszytów Prasoznawczych* analizy, będące owocem badawczej konfrontacji autorów, pochodzących z różnych środowisk badawczych, z nowymi zjawiskami współczesnej mediosfery, nie tylko poznawczo wzbogacą naszą wiedzę na temat procesów mediatyzacji współczesnego życia, ale dostarczą także praktycznych narzędzi do wykorzystania nowych technologii medialnych w rozwoju integralnym człowieka i społeczności.

Michał Drożdż
Jerzy Smoleń