

<https://doi.org/10.19195/2082-8322.12.1>

Igor Borkowski

ORCID: 0000-0002-9332-6581

Uniwersytet Wrocławski

## Przestrzenie medialnych poszukiwań (wstęp)

W tym numerze czasopisma „Dziennikarstwo i Media” staramy się przedstawić, a może i wytyczać nowe perspektywy badań i obserwacji świata mediów. Rzecz nie tylko w tym, by mówić o mediach, o wizerunkach, o procesach komunikacji społecznej w ich zmediatyzowanej formie. Rzecz w tym, by wciąż poszukiwać nowych sposobów interpretowania tej niesamowitej masy materiału ilustracyjnego, przykładów, danych, które media generują, archiwizują i prezentują.

Na naszych łamach niejednokrotnie zwracaliśmy uwagę na słabości oglądu strumienia danych medialnych. Jest on trudny w systematyzowaniu, wymyka się uogólnieniom, standaryzacji. Zmienność i migotliwość tego, co w centrum uwagi, nie pozwala na stateczny namysł, a co dopiero mówić o obrzeżach i skrajach horyzontów, do których trudno dotrzeć, a które jeszcze trudniej metodycznie opisywać.

Wyraźnie te słabości dostrzegamy w dobie przyspieszenia cywilizacyjnego. Trudno medioznawstwu być partnerem dla wielu dyscyplin, które czytelniej komunikują swoje ustalenia, lepiej pokazują, jak rozumieć dynamikę zmieniającego się świata. Referowanie rzeczywistości medialnej nikogo nie przekonuje, a przy tym niczego sensownie nie objaśnia. Staje się po prostu jeszcze jedną narracją o narracji po narracji.

Zebrane w tym numerze czasopisma teksty w mojej ocenie dają pewnego rodzaju wskazania ku temu, by doszukiwać się w materii badań mediów ciekawych i inspirujących obszarów eksploracji. To, co jest w kilku z nich istotne, to kontekst historyczny, spojrzenie nie tylko synchroniczne, ale i diachronia. Być może właśnie kontekst pewnych ciągów dłuższego trwania pozwoli na to, by dostrzec możliwości interpretacji współczesności. Ponieważ autor tych słów wyrasta z kręgu badań językoznawczych, które dbały o to, by gwarantować oglądowi współczesności szerszy kontekst

historyczny, więc wierzy w to, że takie właśnie ukształtowanie warsztatu badawczego wciąż ma siłę poznawczą.

Współczesne badania mediów stoją przed bardzo ciekawą alternatywą: skoncentrowania się na badaniu gigantycznej masy zagregowanych danych, szukania ich sproblematyzowania, wyznaczania trendów i tendencji przemian, albo pójścia drogą refleksji uogólniającej, antropologicznej, poszukującej prawidłowości z uwzględnieniem szerokiego kontekstu pytań cywilizacyjnych. Czy jest to alternatywa, czy te dwie drogi muszą się rozchodzić i nigdy nie przecinać, czy wreszcie jesteśmy skazani na utknięcie w owym wykluczeniu: albo-albo? Trudno wyrokować, trudno też uznać, że najłatwiej byłoby te dwie metodyki z sobą pogodzić i prowadząc badania analityczne, odpowiadać na pytania egzystencjalne.

Bliskie jest mi podejście antropologiczne, pokazujące, że w przestrzeni mediów podmiotową pozycję ma lub co najmniej powinien mieć: człowiek. Figura człowieka jest tu rozumiana jako pewien konglomerat: to nadawca, odbiorca, to dysponent treści medialnych, generator i odbiorca medialnych emocji i medialnej uwagi. Nowy Každy kultury komunikacji.

Podstawowym wyzwaniem, które stoi szczególnie przed najmłodszym pokoleniem badaczy mediów, jest dostrzeżenie w przestrzeniach mediów człowieka. Antropocentryczna perspektywa analiz medialnych pozwala rozumieć edukację przez media i z mediami, a także dla mediów. To ona daje klucze interpretacji systemów medialnych i ich społeczno-politycznego uwikłania. Dzięki niej rozumiemy lepiej, co wydarza się, gdy konstruowany jest i komunikowany wizerunek, gdy się go koryguje, gdy się zarządza sytuacją kryzysową w komunikacji.

W niniejszym numerze „Dziennikarstwa i Mediów” proponuję szereg tematycznie zróżnicowanych tekstów. Zaczynamy wędrówkę po tematyce badań medialnych od spojrzenia systemowego, które przynosi monograficzna i dokumentacyjna praca poświęcona prasie żydowskiej w Polsce (hebrajskiej i jidysz), jej kontekstem historycznym i współczesnym. To unikatowy wręcz przykład badań historycznych poświęconych prasie mniejszości narodowej i językowej, która współcześnie zostaje udokumentowana tak szczegółowo. Kolejne teksty wprowadzają nas w krąg oddziaływań perswazyjnych lub propagandowych, który jest najpierw widziany w perspektywie historycznej, a następnie synchronicznej. Dwa kolejne teksty przynoszą ustalenia dotyczące aktualnych i ciekawych wątków medialnych widzianych z perspektywy narzędzi komunikacji oraz efektów ich dyskursywnego wyzyskania. Skoro poszukujemy nowych przestrzeni badań mediów, to wkraczamy też tematycznie na pole pokrewne badaniom biblioterapeutycznym, dotąd utrzymywanym raczej w obszarze badań nauk o informacji naukowej i bibliologii — dziś przecież stanowiących wspólną medioznawczą dyscyplinę. Kolejne dwa teksty przynoszą dane dotyczące badań wizerunku oraz wykorzystania specyficznego gatunku medialnego jako narzędzia marketingowego.