
Od redakcji

Media, Kultura, Społeczeństwo nr 1 (4), 5

2009

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.

OD REDAKCJI

Motywy przewodnim numeru, który oddajemy do rąk czytelników, jest sztuka – sztuka jako medium oraz sztuka jako forma komunikacji. Zgodnie ze znaną tezą Marshalla McLuhana środek przekazu jest sam przekazem – zatem to sam środek przekazu jest czynnikiem determinującym określone zachowania, odczucia i emocje. Przedstawienie oglądane w teatrze nie jest tym samym przedstawieniem, którego można wysłuchać w radiu czy obejrzeć w telewizji. Specyfika medium ingeruje bezpośrednio w przekazywane treści. Można oczywiście stwierdzić, że ta konstatacja jest banałem i truizmem. Można jednak również, i to wydaje się zdecydowanie bardziej atrakcyjne poznawczo, uważniej przyrzeć się konsekwencjom wynikającym z tej myśli. Punktem wyjścia do takiej refleksji oraz do dalszych poszukiwań w tym obszarze są, mamy taką nadzieję, teksty znajdujące się w pierwszym bloku tematycznym „Sztuka a media”.

Zagrożenia związane z funkcjonowaniem współczesnych mediów często stają się przedmiotem dyskusji. My również chcielibyśmy włączyć się do tej dyskusji. Rozważając kwestie dotyczące problemu tzw. dyskursu dominującego, etycznych stron reklam dziecięcych, społeczeństwa ryzyka czy też drogi prowadzącej do zawodu dziennikarza, autorzy tekstów znajdujących się w drugim bloku tematycznym stawiają ważne pytania i udzielają ciekawych odpowiedzi.

Niniejszy numer zamykamy omówieniami ważnych i wciąż aktualnych koncepcji. Krytyczne spojrzenie na przemiany sfery publicznej, zaproponowane kilkadziesiąt lat temu przez Jürgena Habermasa, do dziś budzi wiele kontrowersji i wywołuje ważne spory. Teoria wartości informacyjnych po raz pierwszy sformułowana przez Galtunga i Ruge do dziś daleka jest od ostatecznego kształtu. Symboliczny interakcjonizm wydaje się natomiast wciąż ciekawą ramą teoretyczną dla analizy współczesnych mediów.

Mamy nadzieję, że teksty zawarte w czwartym numerze naszego czasopisma spotkają się z Państwa zainteresowaniem.