

Wstęp

Współczesny człowiek jest skonfrontowany z nieprzebraną ilością informacji, które zasadniczo mają swe źródło w mass mediach. Książka i prasa, radio i telewizja, a przede wszystkim Internet, uczyniły z ludzi masowych konsumentów także w zakresie mówionych bądź też pisanych tekstów. Kwestią sporną jest oczywiście relacja wymiaru ilościowego tych informacji do ich aspektu jakościowego oraz wpływ owego natłoku słów na mentalną kondycję ludzkości. Znany niemiecki publicysta i popularyzator nauki Wolf Schneider zwraca w swojej książce „Wörter machen Leute” (*Jak cię słyszają, tak cię piszą*) uwagę, że niegdyś człowiek w swoim życiu mówił mniej więcej tyle samo, ile słyszał od innych ludzi. Obecnie proporcje między aktywnym mówieniem a pasywnym słuchaniem różnią się znacząco. Człowiek słyszy, czyta bądź najogólniej rzecz ujmując recypuje w swoim życiu wielokrotnie więcej, niż sam jest w stanie wypowiedzieć i napisać (zob. Schneider 1992: 10). Spojrzenie na historię pozwala ponad to zaobserwować pewną prawidłowość, mianowicie, że każde nowe medium wzbudzało kontrowersje i obawy, było postrzegane przez tradycjonalistów jako zaburzenie pewnego porządku rzeczy. Publicystyka miała uśmiercić literaturę w tradycyjnym rozumieniu, zaś pojawienie się radia, jak się powszechnie obawiano, miało położyć kres czytelnictwu. Ekspansja telewizji w drugiej połowie minionego stulecia miała niechybnie wyrugować pozostałe

media, a wielu dostrzegało i wciąż dostrzega zagrożenia z nią związane. Bohater powieści „Telewizja na gościnnych występach” Kurta Oesterle, wspomina, że w dzieciństwie rodzice zabraniali mu oglądać telewizję, mówiąc, „że na początku szkodzi tylko oczom. Jednak temu, kto się od niej w porę nie uwolni, wyžera duszę, wypalając w niej w końcu sine, postrzępione na brzegach dziury, których już nijak nie da się zacero-wać” (Oesterle 2005: 7). Dziś wiele autorytetów, podobnie jak wcześniej, wieszczy koniec kultury (wyższej), upatrując źródła problemów w internetyzacji i digitalizacji mediów. Jak zauważa Stanisław Gajda:

Nowe media zalewają nas informacjami. Spełnia się prognoza S. Lema o groźbie utonięcia w informacyjnej powodzi. Nasz mózg jest zaprogramowany na ich gromadzenie, lecz ewolucja nie przewidziała takiej ilości masy informacji i tak szybkiego jej ruchu. Stąd z jednej strony infoholizm, czyli chaotyczne, wręcz chorobliwe nasywanie mózgu informacjami, a z drugiej – problemy z ich selekcją, oceną, przetwarzaniem oraz zapamiętywaniem i zapomnianiem. W rezultacie spłycamy myślenie, słabnie wytrwałość i zdolność koncentracji. (Gajda 2010: 26)

Nastał swoisty dysonans, jako że z jednej strony dominujące jeszcze do niedawna prasa, radio i telewizja ustępują pola wszechobecnemu Internetowi, zaś z drugiej strony przywołane media funkcjonują w dużej mierze dzięki Internetowi właśnie, będącemu ich kanałem transmisyjnym. Trudno nie zauważyć, że niemal każdy wydawca i nadawca utrzymuje własną witrynę internetową, przeważnie gazety i czasopisma są dostępne w wersji elektronicznej, a audycje radiowe i telewizyjne udostępniane także w formie podcastów. Jednakże wszelkie złowróżbne oceny dotyczące przyszłości mediów okazują się, tak jak i wieszczono to naonczas, najczęściej przesadzone. Pomińmy w tym miejscu stale podnoszoną kwestię normy i poprawności dyskursu prasowego, radiowego, telewizyjnego czy internetowego, tym bardziej, że dostępne są szczegółowe analizy tych zagadnień, a skupmy się na pozytywnym,

kreatywnym wymiarze amalgamacji mediów. Artykuły opublikowane w niniejszej monografii stanowią doskonałą ilustrację takich właśnie pozytywnych zjawisk, otwierających nowe i nieznane dotychczas perspektywy badawcze, zarówno te o charakterze inter- i transdyscyplinarnym, tj. hashtagi, fuzje gier komputerowych i dzieł literackich, również w postaci renarracji, ujęcia sonetów z aplikacjami internetowymi, jak również te bliższe analizie lingwistycznej Nowych Mediów, czyli kwestia komizmu w Internecie, hipertekstów oraz intertekstualności internetowej, nie wyłączając negatywnych aspektów komunikacji internetowej w postaci trollingu oraz hejtingu. Nie bez znaczenia okazują się Nowe Media w swym oddziaływaniu na formę języka, modyfikując ją znacznie i to nie tylko na płaszczyźnie syntaktycznej, ale również i fonologicznej, co początkowo mogłoby dziwić ze względu na charakter komunikacji Nowych Mediów, jest jednak jak się okazuje uprawnionym kierunkiem zmian, o czym mowa w ostatnim rozdziale niniejszego tomu. Choć poszczególne rozdziały monografii dotyczą najróżniejszych płaszczyzn badawczych, to jednak należy podkreślić, że publikacja nie ma ambicji kompleksowego i wyczerpującego ujęcia problematyki Nowych Mediów. Jednakże mamy nadzieję, że będzie to wartościowy, jakkolwiek skromny przyczynek, do badań nad tą tematyką, stanowiący punkt wyjścia do kolejnych ciekawych analiz w rzeczonym zakresie.

Łódź, w styczniu 2016 r.

Łukas Płes

Krzysztof Sakowski

Bibliografia

Gajda S., 2010, *Nowe media w perspektywie lingwistycznej*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź 2010, 25–31.

Oesterle K., 2005, *Telewizja na gościnnych występach, czyli jak uczyłem się poznawać świat*, tłum. M. Półrola et al., Łask.

Schneider W., 1992, *Wörter machen Leute. Magie und Macht der Sprache*, München, Zürich.