



ALICJA PSTYGA

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6933-2132>

Uniwersytet Gdański

ESTETYKA W KOMUNIKOWANIU PUBLICZNYM WSTĘP

Język nie jest tworem jednolitym, nie jest też neutralny, a poszczególne media wpływają zarówno na niego, jak i na zasady porozumiewania się. Zmediatyzowane komunikowanie publiczne staje się więc przestrzenią, w obrębie której nie tylko treści (informacje), lecz również wartości, w tym wartości estetyczne, zyskują wymiar szczególny.

Rozważania wokół estetyki w szeroko rozumianej przestrzeni komunikacji publicznej są motywem przewodnim artykułów zawartych w niniejszym numerze „Przeglądu Rusycystycznego”. Poszczególne opracowania dowodzą, że estetyka nie pozostaje wyłącznie domeną filozofii zajmującej się pięknem i wszelkimi wartościami estetycznymi, a tradycyjne badania tekstów z rozważaniami dotyczącymi treści, formy, funkcji, wyborów leksykalnych może wzbogacać o kolejne konteksty. Dlatego w tym tomie estetyka jest zarówno tematem refleksji teoretycznej, jak i znaczącym aspektem praktycznych badań materiałowych. Punktem wyjścia jest w nich idea hiperestetyzacji (w ujęciu Wolfganga Welscha) czy estetyzacji życia codziennego (przedstawianych przez Bohdana Dziemidoka oraz Umberta Eco), która w ramach wrażliwości estetyzowanego społeczeństwa może również przeradzać się w antyestetykę i świadome rozkoszowanie się brzydotą bądź negatywnymi wartościami doznań estetycznych. W każdym przypadku zabiegi estetyzujące — związane z estetyką, antyestetyką i walorami estetycznymi — z perspektywy nadawcy służą osiągnięciu określonych celów komunikacyjnych, z perspektywy odbiorcy zaś — przyjemności z doznań estetycznych.

Badania — na co wskazują zaproponowane przez Autorów z różnych ośrodków badawczych teksty — ujawniają zmediatyzowane interpretacje rzeczywistości, które wpływają na zachowania językowe poszczególnych społeczności językowych. Pojęcie dyskursu publicznego staje się w nich nadrzędne dla innych dyskursów i — zgodnie z powszechną interpretacją — dyskurs publiczny należy uznać za zdarzenie komunikacyjne silnie osadzone w kontekście społecznym, kulturowym, politycznym. Badacze mówią przy tym o dyskursach wielowymiarowych, krzyżujących się, dynamicznych, z bogatą aksjologią, zróżnicowaniem językowym i otwartością, w których punkt widzenia wpływa na specyficzny sposób obrazowania i ekspresji. Szerokie spektrum przedstawianych w perspektywie językoznawczej obserwacji — od estetyki po antyestetykę — stanowi więc nie tylko o różnorodności prezentowanych ujęć, ale przede wszystkim o różnych wymiarach refleksji nad estetyką w komunikowaniu publicznym, uwzględniających również podejścia interdyscyplinarne i transkulturowe.

Podzielam niepewność badaczy co do istoty samej estetyki, nie kwestionując uniwersalnych potrzeb estetycznych człowieka, ale stawiając pytanie o aksjologiczną wartość estetyki. Odpowiedź na to pytanie zachęca do dalszych refleksji nad problemem norm estetycznych i ich wpływu zarówno na percepcję, jak również na proces tworzenia tekstu, wypowiedzi. Uważna lektura zawartych tu opracowań skłania też do postawienia pytania o to, czy ostatecznie pozostajemy na gruncie estetyki, czy też może wchodzimy już na grunt etyki, etyki słowa? Próba znalezienia odpowiedzi na te pytania z pewnością będzie towarzyszyć Czytelnikom tego numeru „Przeglądu Rusycystycznego”.