

Patrycja Baldys

Akademia Marynarki Wojennej im. Bohaterów Westerplatte w Gdyni

ORCID ID: 0000-0001-8446-8521

e-mail: p.baldys@amw.gdynia.pl, pbaldys@wp.pl

Katarzyna Piątek

Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

ORCID ID: 0000-0002-0605-1939

e-mail: kpiatek@ath.bielsko.pl

Społeczeństwo w medialnym zwierciadle

Współcześnie środowisko medialne stało się jednym z podstawowych środowisk życia jednostek, w którym część w pełni się odnajduje, ale też wielu użytkowników szuka miejsca dla siebie, możliwości wyrażenia swojego „ja”, zaistnienia czy po prostu niekolizyjnego bycia (a nawet przeżycia). Jak zauważa Olga Dąbrowska-Cendrowska, rozwój nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych umożliwił biernym odbiorcom wejście w rolę aktywnych użytkowników¹. To, jak są oni obecni w przestrzeni medialnej, zależy od ich indywidualnych kompetencji, możliwości technologicznych i dostępu do nowych mediów oraz szeregu innych czynników kształtujących tę przestrzeń. „Media są nie tylko narzędziem przekazywania treści, intencjonalnego kształtowania postaw i zachowań, ale także, a może nade wszystko miejscem ścierania się społecznych dyskursów”².

Niezaprzeczalnie media wpływają w istotny sposób na funkcjonowanie jednostek, grup i społeczności, równocześnie stanowiąc w pewnym stopniu odbicie życia społecznego. Często nie jest to jednak odbicie lustrzane, zdarza się, że jest zniekształcone, a nawet zafałszowane, czy po prostu nieprawdziwe. Tak czy inaczej

„Medialny obraz rzeczywistości – choć nie odzwierciedla on rzeczywistości jako takiej – odciska piętno na naszym sposobie postrzegania świata. Wpływ ten jest tym większy, im bardziej kurczy się obszar osobistego doświadczenia w silnie zróżnicowanym i nieprzejrzystym otoczeniu.

¹ O. Dąbrowska-Cendrowska, *Jak żyć? Poradnikowe funkcje periodycznych mediów adresowanych do kobiet w Polsce w XXI wieku*, Warszawa 2018, s. 45.

² W. Jakubowski, *Media, tożsamość i edukacja*, [w:] *Kultura mediów, ciało i tożsamość – konteksty socjalizacyjne i edukacyjne*, W. Jakubowski, S. Jaskulska (red.), Kraków 2011, s. 24-25.

Pokusa, by w pełni polegać na obserwacji rzeczywistości za pośrednictwem mediów, wynika między innymi stąd, że media masowe pełnią nader wygodną dla społeczeństwa rolę: upraszczając złożoność (kompleksowość) rzeczywistości³.

Przedstawiany czytelnikom dziewiąty numer czasopisma naukowego „Media i Społeczeństwo” koncentruje się właśnie na zagadnieniach związanych z relacją pomiędzy szeroko rozumianymi mediami a jednostkami, grupami i społecznościami. Na tym, jak ludzie wykorzystują media w codziennym życiu, jak ta codzienność obecna jest w mediach oraz jak prezentowane jest to, co niecodzienne.

„Mediatyzacji codzienności towarzyszy z jednej strony indywidualizacja wykorzystania mediów i przekazywanych przez nie treści, z drugiej zaś konieczność znajomości i posługiwania się przez jednostkę symbolami i kodami kultury zapożyczonymi lub konstruowanymi przez media i stającymi się podstawą komunikacji bądź interakcji społecznych”⁴.

Do niedawna rzeczywistość i świat medialny były od siebie wyraźnie oddzielone. Za pomocą mediów doświadczałyśmy rzeczywistości, odróżniając ją od świata w mediach wykreowanego. Wraz z pojawieniem się nowych mediów to rozróżnienie uległo rozmyciu. W coraz większym stopniu świat pokazywany nam przez media staje się światem równie prawdziwym, a czasami nawet prawdziwszym niż ten rzeczywisty.

Jean Baudrillard, opisując rzeczywistość współczesnych społeczeństw, zwraca uwagę na rolę i skutki rewolucji informatycznej. Ta rzeczywistość to rzeczywistość symulacji, jak zauważa: „Symulacja (...) podważa różnicę pomiędzy tym, co >prawdziwe< i tym, co >fałszywe<; tym, co >rzeczywiste< i tym, co >wyobrażone<”⁵. Media przestają informować nas o świecie, same stają się rzeczywistością prawdziwszą, bardziej kolorową i ciekawszą niż ta za oknami naszych mieszkań. Do tego dochodzi jeszcze jeden element, a mianowicie mamy coraz większe problemy z oddzielaniem od siebie rzeczywistości on-line od rzeczywistości off-line. Do niedawna wykluczały się one wzajemnie, obecnie zaczynają się w coraz większym stopniu przenikać. Dzieje się tak przez powszechność narzędzi cyfrowych i platform umożliwiających komunikację z innymi ludźmi⁶.

Media społecznościowe zaczynają zawłaszczać przestrzeń komunikacyjną, kształtując ją i modyfikując. Dla społeczeństwa obywatelskiego oznaczają one, jak zauważa Krzysztof Mazur, z jednej strony wolność i łatwość dostępu do ludzi, ale z drugiej zamknięcie się w bańkach informacyjnych.

³ K. Brickwedde, M. Gevorski, A. Hess, I. Michalak-Maliszewska, K. Nowak, M. Winiarska-Brodowska, *W zwierciadle mediów. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn w Polsce i w Niemczech. Zmieniające się wizerunki*, Nowy Targ 2017, s. 61-62.

⁴ Ibidem, s. 59.

⁵ J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, Warszawa 2005, s. 8.

⁶ Por. m. in. S. Lindgre (ed.), *Hybrid media culture. Sensing place in a world of flows*, New York 2014, s. 1.

„Každy, kto widzi tylko pozytywy, choćby to, że dzięki mediom społeczeńściowym można się angażować i organizować manifestacje lub zbiórki, przesadza. A ci, którzy opowiadają tylko o tym, że podzieliliśmy się na zamknięte grupy wyznawców pewnych teorii czy idei, także są w błędzie”⁷.

Dyskusja wciąż trwa, ale niezaprzeczalnie przestrzeń społeczna i medialna przenikają się, ich wzajemne związki zacieśniają się i wywołują szereg konsekwencji, o których między innymi mowa będzie w bieżącym numerze prezentowanego czytelnikom pisma.

Tom 9. czasopisma naukowego „Media i Społeczeństwo” otwiera artykuł Joanny Grzechnik pt. *Dialog obywatelski w Krakowie. Reprezentacje medialne aktorów dialogu obywatelskiego*. Autorka rozważa w nim rolę badań medioznawczych w analizie funkcjonowania lokalnego dialogu obywatelskiego, zakładając, że media, a zwłaszcza media lokalne, stanowią istotny głos pośredniczący i kształtujący sferę publiczną. Mają też potencjał do informowania i edukowania na temat dialogu obywatelskiego oraz jego uczestników. Jak zauważa autorka, dialog obywatelski w ujęciu instytucjonalnym nie zawsze jest jednak obecny w lokalnym dyskursie medialnym, co sprawia, iż rezerwuar mediów nie do końca jest wykorzystany.

Marcelina Mrowiec, w tekście *Zarządzanie fejkami w kulturze partycypacji*, omawia zagadnienie związane z administrowaniem nieprawdziwymi informacjami, które krążą w Internecie i często odbierane są jako prawdziwe. Jak wykazuje autorka, *fejki* przybierają pozór wiadomości prawdziwej, tymczasem zawierają całkowicie lub częściowo wymyślone dane. Zafałszowanie to jest celowe i świadome, dlatego *fejki* budzą takie wątpliwości natury moralnej. Autorka dostrzega jednak pewną społecznie ważną funkcję *fejków*. Jak twierdzi, uczą one umiejętności weryfikacji źródeł, krytycznego podejścia do tekstów dostępnych w nowych mediach i powściągliwości w przyjmowaniu i rozpowszechnianiu niesprawdzonych informacji.

Przeciwieństwem *fejków* jest dziennikarstwo śledcze, którego głównym celem jest poszukiwanie prawdy i demaskowanie kłamstw. Temu tematowi poświęcony jest artykuł Tomasza Hoffmanna, który koncentruje się wokół wybranych aspektów pracy dziennikarzy śledczych. Opisuje jej genezę, przemiany, a także przyszłość, jaka czeka dziennikarzy zajmujących się tematyką śledczą w związku z pojawieniem się nowych zjawisk społeczno-technologicznych.

Aleksandra Fudala-Barańska w artykule pt. *Miejsce i rola programów w gwarze śląskiej w ofercie programowej Telewizji Katowice* analizuje, jak zmieniały się audycje w gwarze śląskiej w ofercie Telewizji Katowice od lat

⁷ <http://businessjournal.pl/social-media-ksztalca-spoleczenstwo>, (12.11.2018).

sześćdziesiątych XX wieku po współczesność, jak ewoluowały z produkcji typowo rozrywkowych w kierunku programów utrwalających dziedzictwo kulturowe Górnego Śląska. Tekst pokazuje, jak ważna jest rola mediów w budowaniu i przekazywaniu spuścizny kulturowej społeczności lokalnej.

Edyta Żyrek-Horodyska przenosi nas w nieco inną tematykę. W swoim artykule analizuje książkę *Tatuaż z tryzubem* autorstwa Ziemowita Szczerka pod kątem nakreślonych w niej sposobów prezentowania przestrzeni. Jak zauważa, dziennikarz ten, specjalizujący się w reportażu gonzo, przedstawia współczesną Ukrainę jako przestrzeń realną i wyobrażoną, gdzie Wschód styka się z Zachodem. Z. Szczerk wyraźnie akcentuje różnice między „mapą” a „terytorium”, tworząc tekst, który pod wieloma względami wykracza poza poetykę klasycznego reportażu. W kontekście analizy książki Ziemowita Szczerka dla autorki istotne staje się zbadanie, czy narzędzia wypracowane na gruncie geopoetyki mogą stać się użyteczne także dla badania twórczości reportażowej.

Alexander S. Golikov artykuł pt. *Kharkovians' Media Consumption: Knowledge, Groups and Specific* poświęca badaniu środowiska medialnego Charkowa. Podstawą empiryczną artykułu jest ilościowe badanie mieszkańców Charkowa. Strategia badawcza opiera się na identyfikacji różnych grup obywateli miasta, dla których prowadzona jest szczegółowa analiza użytkowania przez nich mediów, ich struktur wiedzy i specyfiki. Autor ukazuje związek między konsumpcją mediów a strukturami wiedzy mieszkańców Charkowa oraz przedstawia obecne ograniczenia i perspektywy dalszych badań.

Ewelina Tyc w artykule *Medialny obraz świata w telewizyjnych transmisjach plenerowych (wybrane przykłady)* opisuje popularne współcześnie zjawisko transmisji telewizyjnych spoza studia. Zagadnienie „wędrowania” telewizji szczegółowo omówione zostało na przykładzie magazynu śniadaniowego *Kawa czy herbata?* (TVP1), oraz na przykładzie talent show *The Voice of Poland* (TVP2). Jak wykazuje autorka, transmisje plenerowe z jednej strony promują lokalność, która przeciwstawiana jest obecnej we współczesnej telewizji globalności. Z drugiej strony promują swój program/stację telewizyjną, eksponując w trakcie pobytu swoje logo, reklamując „twarze”, rozdając gadżety.

Julia Dziukiewicz w artykule pt. *Mass media jako przestrzeń kreowania zachowań zdrowotnych społeczeństwa – dwie strony medalu*, stara się odpowiedzieć na pytanie, jakie są możliwości i ograniczenia edukacyjne mediów w kreowaniu zachowań sprzyjających zdrowiu. Jak zauważa autorka, rola mass mediów w edukacji zdrowotnej społeczeństwa jest niejednoznaczna – z jednej strony Internet, prasa, radio, telewizja mogą wspierać podejmowanie aktywności prozdrowotnych, z drugiej natomiast mogą być nośnikiem treści promujących niezdrowy styl życia. Tak więc również w tym przypadku okazuje się, że potencjał mediów nie jest w pełni wykorzystany.

Sebastian D. Kotuła w artykule *Programy telewizyjne o książkach w opiniach specjalistów (w okresie lat 90. XX wieku oraz pierwszej dekady XXI wieku)* przedstawia problem postrzegania przez specjalistów branżowych, a więc naukowców, dziennikarzy, programów telewizyjnych o książkach emitowanych na kanałach polskich stacji w okresie lat 90. XX wieku oraz pierwszej dekady XXI wieku. W wyniku analiz wypowiedzi pisemnych dotyczących wskazanej grupy produkcji telewizyjnych autor odnotował liczne niedostatki wpływające na ich niski odbiór społeczny. Jak zauważa, w rzeczonyj grupie gatunkowej konieczne jest opracowanie nowej formuły, która pozwoli zainteresować większą grupę telewidzów, jak również zostanie zaaprobowana przez środowisko eksperckie.

Aleksander Sapiński w swoim artykule pt. *The Social Role of Media as Presented in Selected Texts of Post-Conciliar Literature* podjął próbę refleksji nad problematyką mediów w wybranych tekstach literatury posoborowej. Jak zauważa Sobór Watykański II uznaje wagę postępu w świecie i jego znaczenie dla człowieka. Wiele współczesnych tekstów literatury posoborowej, zwłaszcza tych napisanych przez Jana Pawła II i Benedykta XVI, traktuje media jako "dar od Boga", który powinien być wykorzystany w sposób rozważny. Rzetelność i rozważa niewątpliwie winny stanowić uniwersalną zasadę uprawiania dziennikarstwa.

Kinga Przybysz, w artykule *Żegnaj, Wielka Brytania. Radio Maryja wobec brexitu* prezentuje jedno z ważniejszych wydarzeń w dotychczasowej historii Unii Europejskiej, jakim jest brexit. Decyzja Brytyjczyków o opuszczenia Unii Europejskiej, jak wykazuje, ma swoje konsekwencje nie tylko na płaszczyźnie ekonomii i polityki, ale także na płaszczyźnie dyskursu medialnego. Artykuł stanowi próbę analizy przekazów, jakie w kontekście brexitu prezentowane były przez redakcję Radia Maryja. Jak zauważa autorka, brytyjskie referendum stało się przyczynkiem do krytyki unijnych elit i straszenia wizją europejskiego „superpaństwa” w emitowanych przez radio audycjach.

Artykuł Pawła Maciaszka pt. *Digital Communication in the Service of the Spiritual Life Development and Pastoral Activity of Local Communities of the Church of England* stanowi prezentację sposobów wykorzystywania mediów cyfrowych w duszpasterskiej działalności Kościoła Anglii. Z racji na przeżywany przez tę chrześcijańską wspólnotę – od kilkunastu już lat – kryzys wiary podjęty został trud jej odnowy i reformy. Odpowiedzialni za przeprowadzenie tej reformy realizują ją, w znacznym stopniu, przez cyfrowe środki komunikacji. Opisana w tekście działalność i wydarzenia pozwalają dostrzec zmiany, jakie dokonały się w społeczności anglikańskiej poprzez wykorzystanie narzędzi i środków mediów społecznościowych.

Patrycja Kinga Knast w artykule zatytułowanym *Spółecznościowa kreacja blogów. Fenomen portalu BookLikes.com* podejmuje problem sposobu kreacji bloga jako medium. Autorka dostrzega i analizuje dwie ścieżki kreacyjne. Pierwszą

jest język traktowany jako narzędzie sprzężone ze strukturami portalu, drugą kulturowe wzory użytkowników portalu. W artykule zostały przyjęte założenia metodologiczne 'językowego obrazu świata', a inspirację stanowiła filozofia kultury Floriana Znanieckiego oraz definicja 'medium' zaproponowana przez Jana P. Hudzika. Taka optyka pozwoliła omówić medium bloga jako oscylujące pomiędzy światem zewnętrznym (tj. czytelnikami) oraz wewnętrznym, czyli twórcą.

Patrycja Bałdys i Katarzyna Piątek w szkicu socjologicznym pt. *The Community of Dog Show Exhibitors on the Internet. Sociological Sketch* poświęconym społeczności wystawców psów w Internecie pokazują zmieniającą się pozycję psów w społeczeństwie i funkcje, jakie obecnie pełnią w świecie ludzi. Tekst oparty został na analizie jakościowej wypowiedzi zamieszczanych na dwóch dobranych celowo specjalistycznych forach internetowych poświęconych właścicielom psów rasowych: *Dogomania* oraz *Forum Właścicieli i Miłośników Owczarków Staroangielskich*. W artykule pokazano rolę mediów w tworzeniu i integrowaniu nowych grup i społeczności, które skupiają pasjonatów w różnych dziedzinach.

Pozostałe teksty poruszają problematykę związaną ze znaczeniem mediów w kształtowaniu wizerunku zarówno jednostek, grup, instytucji, jak i wybranych społeczności.

W artykule *Portret młodzieży w reportażach „Gazety Wyborczej” po 1989 roku* Eliza Szymanowska przedstawia obraz części generacji młodych Polaków po przełomie ustrojowym w 1989 roku. Do analizy wybrano reportaże społeczne zamieszczone na łamach Gazety w latach 1990-2010 oraz teksty, które dotyczą wspomnianego okresu, a po druku w „GW” ukazały się w osobnych zbiorach autorskich reportaży. Perypetie życia codziennego bohaterów zarysowano na tle społeczno-kulturowym. Losy postaci przedstawiono z użyciem klucza psychologicznego, próbując wyjaśnić wewnętrzne meandry egzystencjalnych zachowań młodzieży. Obraz antropologii codzienności po przełomie pogłębiony został ostatecznie o psychologiczną analizę zachowań autodestrukcyjnych młodzieży, z jej zagubieniem i alienacją.

Sebastian Medoń w artykule *Instagram jako miejsce konstruowania własnej tożsamości. Przykład studentów Wydziału Humanistycznego AGH*, w oparciu o badania własne stara się poznać zasady konstruowania tożsamości w rzeczywistości wirtualnej, zapośredniczonej przez komputery, którą stanowi serwis społecznościowy Instagram. Nowy sposób komunikowania się poprzez zamieszczanie fotografii oraz ocenianie zdjęć zamieszczanych przez innych analizowany jest z wykorzystaniem perspektywy interakcjonistycznej. Poprzez badania dotyczące zarówno wirtualnego wymiaru aktywności użytkowników Instagrama, jak i realnych odczuć z nimi związanych, autor podjął się między innymi weryfikacji twierdzeń Sheldona Strykera określających reguły

konstruowania tożsamości i tym samym sprawdzenia adekwatności jego koncepcji w przypadku komunikacji w cyberprzestrzeni.

Jakub Głowacz, w tekście pt. *Kształtowanie wizerunku uczelni oraz społeczności akademickiej z wykorzystaniem mediów społecznych na przykładzie Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie*, pokazuje, jaka jest rola mediów w docieraniu przez szkoły wyższe do nowych grup odbiorców i kształtowaniu ich wizerunku oraz współpracy ze środowiskiem społecznym. Jak zauważa, kluczową pełnią media społecznościowe, w ramach których tworzone są wirtualne przestrzenie. W artykule zaprezentowano podejście Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie do tworzenia i podtrzymywania wizerunku społeczności akademickiej z wykorzystaniem mediów społecznościowych.

Ostatni z artykułów koncentruje się na zagadnieniach związanych z wykluczeniem cyfrowym. Jego autor – Jan Kujawski traktuje wykluczenie cyfrowe jako jedną z form wykluczenia społecznego. Jak wykazuje, odsetek Polaków regularnie korzystających z Internetu systematycznie rośnie, niemniej jednak, biorąc pod uwagę na przykład Grupę Wyszehradzką, większość wskaźników sytuuje nas zarówno za Czechami, Węgrami, jak i za Słowacją (wyjątek stanowi poziom cyfryzacji usług świadczonych przez administrację publiczną).

Tom zamyka recenzja książki Tomasza Mielczarka pt. *Tygodniki opinii w zmieniającej się rzeczywistości*, opublikowanej w 2018 roku przez Wydawnictwo Universitas, przygotowana przez Olę Dąbrowską-Cendrowską.

Bibliografia

- Baudrillard J., *Symulakry i symulacja*, Warszawa 2005.
- Brickwedde K., M. Gevorski, A. Hess, I. Michalak-Maliszewska, K. Nowak, M. Winiarska-Brodowska, *W zwierciadle mediów. Przedsiębiorczość kobiet i mężczyzn w Polsce i w Niemczech. Zmieniające się wizerunki*, Nowy Targ 2017.
- Dąbrowska-Cendrowska O., *Jak żyć? Poradnikowe funkcje periodycznych mediów adresowanych do kobiet w Polsce w XXI wieku*, Warszawa 2018.
- Jakubowski W., *Media, tożsamość i edukacja*, [w:] *Kultura mediów, ciało i tożsamość – konteksty socjalizacyjne i edukacyjne*, W. Jakubowski, S. Jaskulska (red.), Kraków 2011.
- Lindgre S., (ed.), *Hybrid media culture. Sensing place in a world of flows*, New York 2014.

Źródła internetowe

<http://businessjournal.pl/social-media-ksztalca-spoleczenstwo>, (12.11.2018).