

<https://doi.org/10.19195/2082-8322.13.1>

Igor Borkowski

ORCID: 0000-0002-9332-6581

Uniwersytet Humanistycznospołeczny SWPS, filia we Wrocławiu

Tomasz Łukasz Nowak

ORCID: 0000-0003-3105-8013

Uniwersytet Wrocławski

Spółeczności, relacje i doświadczenia (wstęp)

Prace nad trzynastym numerem „Dziennikarstwa i Mediów” przypadły na czas, kiedy tytułowe relacje ogranicza dystans społeczny, nie mniejszy niż półtora metra, a doświadczenia pandemii prowokują pytanie, czy w obecnej sytuacji wszyscy jesteśmy, w jakimś sensie, extreme userami. Od wprowadzenia pierwszych marcowych obostrzeń marki poszukują rozwiązań, które odpowiedzą na nowe potrzeby i możliwości odbiorców, a jednocześnie pozwolą im, to znaczy tym markom, pozostać (utrzymać się) na rynku. Najlepiej radzą sobie ci, którzy zbudowali wokół siebie odpowiednie społeczności. Lojalne. Przy czym lojalność nie dookreśla jedynie klientów — dookreśla również marki.

Nowa rzeczywistość wcisnęła się całą sobą do naszych domów, sprzęgając razem to, co Ray Oldenburg podzielił przez trzy. W jednej przestrzeni znalazła się praca, dom i trzecie miejsce, w którym zwykle tworzą się społeczności, zawiązują relacje, pojawiają kolejne doświadczenia. I w którym, przede wszystkim, można porzucić przyjmowane na co dzień w pracy i/lub w domu role. Tymczasem ten ostatni stał się h u b e m — tutaj śpimy, pracujemy i odpoczywamy, jemy, trenujemy i spotykamy się z przyjaciółmi... Online. Członkinie i członkowie mikrospołeczności, tych kształtujących się w naszych mieszkaniach, uczą się nieznanym im do tej pory umiejętnościami: pieką chleb, strzygą pozostałych domowników. W kwietniu 2020 roku grupa studentek z Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu

Wrocławskiego wzięła udział w europejskim hackathonie #EuvsVirus — przez trzy pełne dni szukały realnych rozwiązań, wspierających relacje i doświadczenia domowników podczas pandemicznej codzienności. Prezentowany ostatecznie projekt *On-Off: Watch Me Disappear!*¹ nawiązuje właśnie do teorii trzeciego miejsca Raya Oldenburga. Notabene, niespełna dwa tygodnie po zakończeniu hackathonu podobny pomysł dla Ikea Russia zrealizowała agencja Instinct². Dumni z naszych studentek zapytamy: *Who was the first?*

Powodów do dumy jest więcej. W „Dziennikarstwie i Mediach” cenimy bowiem, co wielokrotnie zaznaczaliśmy, młodych debiutantów i debiutantki, którzy już na etapie studiów licencjackich kształtują swój (pierwszy) warsztat badawczy. Również w tym numerze nie zabrakło zatem ich świeżego spojrzenia i poszukiwania nowych dróg wyrazu. Czytelnik/Czytelniczka odnajdzie je w artykułach Hanny Kuligi, Moniki Sawińskiej, Joanny Warakсы, Adrianny Widawskiej i Rafała Hydzika. (Debiutów gratulujemy!)

Trzynasty numer to doświadczenia, relacje i społeczności, zarówno w kontekście tradycyjnych, jak i nowych mediów. Z perspektywy projektowania, tworzenia i użytkowania. Zależało nam bowiem na holistycznym spojrzeniu na to, co dziś zamyka się w odmienianym przez wszystkie przypadki doświadczeniu. *Customer experience, user experience... A może media experience?* Ufamy, że artykuły zgromadzone w tej publikacji będą istotnym elementem dyskusji o tym, co kształtuje zachowania użytkowników/odbiorców/klientów, wpływa na podejmowane przez nich decyzje, wpisuje się w ich codzienne nawyki, w końcu przyczynia się do nawiązywania (bądź zrywania) relacji i tworzenia (bądź opuszczania) społeczności.

Obserwujemy. Doświadczamy.

* * *

Wraz z trzynastym numerem „Dziennikarstwa i Mediów” historia czasopisma w znanym wszystkim kształcie dobiega końca. Dotychczasowy profil, skład redakcyjny i koncepcja, która była realizowana w półroczniku, zostaną wypracowane przez nowy zespół wywodzący się z Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego. Wszystkim Współpracowniczkom/Współpracownikom, Autorkom/Autorom, Członkiniom/Członkom Rady Redakcyjnej, Recenzentkom/Recenzentom i Czytelniczkom/Czytelnikom dziękujemy za zbudowanie tej społeczności, za cenne doświadczenia i za — miejmy nadzieję — trwałe relacje.

¹ Autorkami projektu są — dziś już absolwentki IDiKS UW — Martyna Krakowiak, Justyna Marek, Natalia Bilska, Michalina Osieleniec, Edyta Kus, Dominika Bondaruk, Aleksandra Basztabin, Malwina Kruk. Zob. <http://dziennikarstwo.uni.wroc.pl/instytut/wydarzenia/wydarzenia/on-off-watch-me-disappear> (dostęp: 10.11.2020).

² *Ikea's quarantine campaign offers 6 ways to make furniture forts*, <https://www.adweek.com/brand-marketing/ikeas-quarantine-campaign-offers-6-ways-to-make-furniture-forts/> (dostęp: 10.11.2020).