



MEDIA NA USŁUGACH SPOŁECZEŃSTWA

Sfera mediów i przestrzeń społeczna w oczywisty sposób wzajemnie się przenikają, oddziałują na siebie i pozostają w nierozłącznej zależności. I te ostatnie wyraźnie zostały zaznaczone w artykułach składających się na kolejny, dwudziesty już numer „Dziennikarstwa i Mediów”. Kolejne artykuły podejmują próbę wykazania wieloaspektowej relacji między społeczeństwem a mediami, poświęcone są opisowi wpływu mediów na jednostki społeczne, a także temu, jak te tworzą lub współtworzą sferę mediów. Kolejni autorzy dowodzą, że media rodzą się i funkcjonują na bazie społecznych zjawisk, kształtują się w wyniku społecznych konfliktów, będąc niejako ich odzwierciedleniem. Odpowiadają także na społeczne potrzeby, ale i kreują te ostatnie. Mają siłę kształtowania społecznych zachowań, są w stanie kreować postawy obywatelskie, mogą jednak także mieć dysfunkcyjny charakter – generować społeczne konflikty, niepokoje czy też społecznie niepożądane zachowania i postawy. Media mogą pełnić wobec społeczeństwa funkcje edukacyjno-poznawcze, ale mogą także zniekształcać rzeczywistość przez świadome działania dziennikarzy i ludzi mediów lub z powodu braku ich kompetencji.

Teksty zawarte w numerze pokazują, że media nieprzerwanie odgrywają rolę trudną do przecenienia dla trwałości społeczeństw. Refleksje i badania części z autorów wpisują się także w klasyczne scenariusze naukowe opisujące przyszłość społeczeństw zachodnich kształtowaną przez ich relacje ze współczesnymi mediami. Coraz bardziej dominujące w życiu codziennym różnego rodzaju formy komunikacji zapośredniczonej przyczyniają się do kształtowania społeczeństw na kształt tłumu samotnych ludzi, zapowiadanych przed dekadami przez Davida Riesmana. W tych społeczeństwach coraz silniej tradycyjne wspólnoty opierające się na bliskości relacji i bezpośredniej komunikacji wypierane są przez różnego rodzaju celowe stowarzyszenia, których istotą jest bardziej zrealizowanie jakiegoś zadania niż bycie z drugim człowiekiem. A ten drugi człowiek często ztraca się, stając się bardziej przedmiotem działań współczesnego człowieka niż podmiotem. Za pomocą smartfona z łatwością współcześni ludzie załatwiają dziesiątki spraw i komunikują się z kolejnymi osobami, instrumentalizując często równocześnie komunikację z „przyjaciółmi” z listy swoich internetowych znajomych. Procesy szeroko pojętej mediatyzacji życia społecznego prowadzą do przemian w strukturze współczesnych społeczeństw, a także nowych zasad kształtowania się relacji między różnymi kategoriami społecznymi, na przykład pokoleniami. Riesman już przed laty pisał, że „w nowym układzie następuje znaczny wzrost znaczenia grupy rówieśniczej (grupy kolegów w tym samym wieku i z tej samej klasy społecznej). [...] Ponadto, wpływ szkoły i gru-

py rówieśniczej został wzmocniony i uzupełniony przez środki masowego przekazu” (Riesman, s. 49). Rozwój mediów cyfrowych i coraz większa ich dominacja nad tak zwanymi mediami tradycyjnymi doprowadza między innymi do zmiany kierunku transmisji wiedzy między pokoleniami. I z pewnością współczesne społeczeństwa stają się nie tylko kofiguratywne, lecz także coraz bardziej prefiguratywne według charakterystyki Margaret Mead. To znaczy, że nie tylko rówieśnicy stali się najważniejszymi nauczycielami w różnych sferach życia codziennego, lecz także coraz częściej to przedstawiciele młodszych pokoleń stają się zarówno wsparciem dla starszych pokoleń, jak i wyznacznikiem społecznych trendów.

Riesman w swoim najważniejszym dziele pisał także o zewnątrzsterowności, która ma być coraz bardziej wyrazistym wyznacznikiem współczesnych społeczeństw. A „wspólną cechą ludzi zewnątrzsterownych jest to, że siłą sterującą jednostką są jej współcześnie – albo ci, których zna bezpośrednio, albo ci, których zna pośrednio przez swych przyjaciół lub poprzez środki masowego przekazu” (Riesman, s. 49). Opisywana przez amerykańskiego socjologa zewnątrzsterowność przejawia się silną podatnością na różnorodne wpływy zewnętrzne, brakiem u jednostek społecznych stabilnego światopoglądu, łatwością ulegania wciąż coraz to świeższym modom i trendom społecznym. To może przejawiać się uleganiem propagandzie populistycznych polityków, piewców różnorodnych ideologii, ale także skutecznością specjalistów zajmujących się kształtowaniem wizerunku, których zadaniem jest nie tylko przekonać do wyjątkowości promowanych produktów, lecz także kreować coraz to nowe potrzeby, możliwe do zaspokojenia wyłącznie dzięki produktom i usługom ich klientów.

Te różnorodne trendy są odnotowywane w poszczególnych tekstach składających się na niniejszy numer naszego czasopisma. Obrazuje on przede wszystkim to, jak silnym elementem życia społecznego pozostają media, które coraz bardziej się zmieniają, lecz nieprzerwanie mają olbrzymi wpływ na społeczeństwo, rządzą mechanizmami kształtującymi społeczne zachowania, zmieniają postawy i style życia współczesnych ludzi, a także decydują w znacznym stopniu o osobowości współczesnego człowieka i jego relacjach z innymi ludźmi.

W artykule otwierającym numer Marek Palczewski analizuje społeczną obecność reportażu śledczego *Franciszkańska 3* Marcina Gutowskiego, wyemitowanego w telewizji TVN24. Analiza odnosi się do faz dyskursu dziennikarstwa śledczego, począwszy od fazy publikacji, poprzez mobilizację opinii publicznej, do inicjatyw polityczno-społecznych w postaci tak zwanych marszy papieskich. Autor dowodzi, że opisywane wydarzenie medialne dokonało aktualizacji jednego z wariantów skróconego modelu muckrakingu autorstwa Harveya L. Molotcha, Davida Protessa i Margaret T. Gordon w nieznanym wcześniej subwariacie charakteryzującym się reakcją opinii publicznej przeciwną do oczekiwanej przez dziennikarzy inicjujących działania śledcze.

Elwira Olejniczak z kolei celem swojego artykułu czyni wykazanie różnic w językowym sposobie przedstawiania uchodźców w polskich mediach. Jej medioznawcze analizy wykazują specyficzne sposoby kategoryzacji uchodźców przez media krajowe, różne ich wartościowanie, a także skrajnie wybiórcze przyzwolenie dla ich obecności w Polsce, przyzwolenie często warunkowane odhumanizowanymi czynnikami ideologiczno-politycznymi.

W następnym artykule Rrapo Zguri i Iris Luarasi prezentują złożoną rolę propagandy podczas kryzysów takich jak wojny, pandemie, klęski żywiołowe czy niepokoje polityczne. Na podstawie opisu działań propagandowych realizowanych w Albanii autorzy umiejętnie wykazują, jak potężnym narzędziem kształtowania postrzegania społecznego i wpływania na opinię publiczną może być właśnie propaganda.

Przedmiotem analizy w kolejnym artykule, autorstwa Joanny Wardzały i Katarzyny Dojwy-Turczyńskiej, stały się memy poświęcone poszczególnym podmiotom gospodarczym obecnym w Rosji przed pełnoskalową agresją Rosji na Ukrainę. Autorki poddają analizie to,

jak poszczególne zachodnie firmy i marki są prezentowane w cybermemach powstających w dobie wojny trwającej za naszą wschodnią granicą.

Nikodem Klata szuka zaś w swoim tekście odpowiedzi na pytanie, czy media zostaną zdominowane przez kulturę przemocy i kulturę upokarzania. W tym celu czyni przedmiotem szczegółowej analizy gale freak fightu. Dowodzi, że obecna w przestrzeni medialnej od wieków kultura dziwactw znajduje we współczesnych mediach szczególnie silną pozycję, staje się nieodłącznym elementem przestrzeni medialnej, a niekontrolowana i zlekceważona może stać się poważnym zagrożeniem dla mediów przyszłości.

W artykule Reihaneh Nazari prezentuje wyniki własnych badań empirycznych poświęconych czynnikom wpływającym na zamiar kontynuowania korzystania z Instagrama. Jedną z istotniejszych konkluzji wynikających z badań jest stwierdzenie, że poczucie przynależności wywiera najsilniejszy wpływ na ciągłe zamiary obecności w spektrum opisywanej platformy społecznościowej. Do innych istotnych czynników autorka zalicza dodatkowo satysfakcję, możliwość wyrażania siebie, poszukiwanie informacji i interakcje społeczne.

Ostatnim artykułem jest tekst Aleksandry Koniecznej, której ambicją jest zwrócenie uwagi polskiego środowiska medioznawczego na przedmiot badań, jakim jest zaangażowanie medialne. Artykuł dowodzi konieczności sięgnięcia po wieloaspektowe metody analizy omawianego zjawiska, ale także prezentuje szerokie możliwości i korzyści płynące z realizacji badań nad medialnym zaangażowaniem.

Przeгляд treści artykułów zamieszczonych w niniejszym tomie dowodzi różnorodności perspektyw obecnych i możliwych w badaniach nad mediami i komunikacją w relacji ze społeczeństwem. Obecni w numerze autorzy reprezentują różne metody badawcze, tym samym ujawniając heterogeniczność i pluralizm nauk o komunikacji społecznej i mediach, dowodzą jednocześnie rosnącej potrzeby dokładniejszego teoretycznego i praktycznego zrozumienia analizowanych zjawisk tego obszaru, naznaczonego nade wszystko silnie przenikającymi się sferami: społeczną i medialną.

Bibliografia:

- Mead, M. (2000). *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, przeł. J. Hołówka. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Riesman, D. (2011). *Samotny tłum*, przeł. J. Strzelecki. Wydawnictwo Vis-à-Vis Etiuda.