

Pismo naukowe. Komunikacja i nauki o mediach.
Journal of communication and media science

ISSN 2545-2320



MEDIA I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA



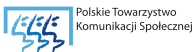
Polskie Towarzystwo
Komunikacji Społecznej

RADA NAUKOWAdr hab. Agnieszka Hess
*Uniwersytet Jagielloński*dr hab. Małgorzata Adamik-Szysiak
*Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie*dr hab. Tomasz Gackowski
*Uniwersytet Warszawski*dr hab. Katarzyna Kopecka-Piech
*Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie*dr hab. Małgorzata Łosiewicz
*Uniwersytet Gdański*dr hab. Marek Mazur
*Uniwersytet Śląski*dr hab. Katarzyna Drąg
*Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie*dr Joanna Kędra
*Postdoctoral Researcher, Department of Language and
Communication Studies, University of Jyväskylä*dr hab. Szymon Ossowski
*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu*dr Michal Vít
*EUROPEUM Institute for European Policy*dr Mathias Weber
*Johannes Gutenberg University Mainz***REDAKCJA**dr Dominika Popielec (redaktor naczelna)
Krzysztof Marcinkiewicz (sekretarz redakcji)
Paweł Nowak (redaktor techniczny)
Roksana Zdunek (redaktor statystyczny)
Katarzyna Lorenc (redaktor językowy)
Patrycja Cheba
Weronika Dopierała
Tomasz Łyson
Dagmara Sidyk-Furman
Mateusz Sobiech
Beata Użarowska
Magdalena Wilk**redaktor wydania**

Mateusz Sobiech

adiustacja

Anna Kunz

skład i projekt okładkiWydawnictwo ToC
www.toc-editions.com**adres redakcji**Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej
Uniwersytetu Jagiellońskiego
ul. prof. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków
compress@ptks.pl
www.compress.edu.plPolskie Towarzystwo
Komunikacji Społecznej**WYDAWCA**Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej
oraz Instytut Dziennikarstwa, Mediów
i Komunikacji Społecznej
Uniwersytetu Jagiellońskiego**Spis treści****Od redakcji** 3Magdalena Andrys
**Multimedia i technologia cyfrowa
w edukacji muzycznej podczas
zdalnych zajęć w czasie pandemii COVID-19** 6Natalia Buczyńska-Pizoń
**Green Shopping: Do Consumers Think
About the Environment When Making
Purchasing Decisions?** 20Katarzyna Mania, Weronika Dopierała-Kalińska
**Relacjonowanie protestów społecznych
po wyroku Trybunału Konstytucyjnego
z 22.10.2020 roku w sprawie
przesłanek dopuszczających legalną
aborcję w Polsce. Analiza porównawcza
„Faktów” TVN, „Wiadomości”
TVP 1 i „Wydarzeń” Polsatu** 36Hamid Tabaei
**Challenges and Benefits of Tele-
therapy and Using Digital World in Art
Therapy Practice: An Integrative Review** 60Elżbieta Tabakowska, Małgorzata Majewska
**Metafora jako narzędzie budowania
wspólnoty przez instytucje kultury** 74Joanna Kot
**Nowe formy narracji na Instagramie:
badanie pilotażowe ról związanych
z podróżami i sportem** 90Mateusz Sobiech
**Sprawozdanie z VI Kongresu Polskiego
Towarzystwa Komunikacji Społecznej,
Gdańsk, 22-24.09.2022 r.** 104

Od redakcji

Cyfrowa era nieodwracalnie zmieniła sport, podróże, podejście do zdrowia i wiele innych aspektów współczesnego społeczeństwa. Mediatyzacja niemal każdego obszaru życia sprawia, że prawie niemożliwe jest znalezienie osoby, która nie korzysta z mediów. Z jednej strony rozwój technologii komunikacyjnych i informacyjnych napędza rynek sportowy, zwiększa możliwości podróżowania, poszerza sposoby dbania o zdrowie i pomaga nam w rozwijaniu naszych pasji. Z drugiej jednak strony uzależnia społeczeństwo od nadmiernego korzystania z mediów w trakcie spędzania wolnego czasu i realizowania swoich pasji. W najbliższym numerze „Com.press” proponujemy świeże spojrzenie na zagadnienia związane z medialnym ujęciem sportu, podróży, kultury, zdrowia oraz edukacji. Na łamach najnowszego wydania znalazły się także artykuły poświęcone protestom społecznym oraz decyzjom zakupowym, które charakteryzują współczesny rynek konsumentów.

Drugi tegoroczny numer otwiera tekst autorstwa Magdaleny Andrys pod tytułem *Multimedia i technologia cyfrowa w edukacji muzycznej podczas zdalnych zajęć w czasie pandemii COVID-19*. Autorka postanowiła przeanalizować, w jaki sposób nauczyciele starali się wzbudzać w uczniach aktywność muzyczną podczas zajęć online. Tekst przedstawia wnioski z badania obszarów: realizacji treści programowych, stosowania narzędzi cyfrowych i oprogramowania oraz kompetencji cyfrowych dwunastu nauczycieli muzyki w województwie wielkopolskim, którzy realizowali zajęcia zdalne w publicznych szkołach ogólnokształcących w czasie pandemii COVID-19.

Kolejny artykuł jest próbą ustalenia, w jaki sposób aspekty ekologiczne wpływają na decyzje konsumentów podczas dokonywania zakupów. Natalia Buczyńska-Pizoń wyjaśnia w nim, do jakich grup można kierować oferty produktów ekologicznych. W ramach badań przeprowadzono ankietę internetową na grupie 713 respondentów. Wyniki analizy obrazują, jak ewoluują zakupy i preferencje konsumentów. Autorka podkreśla, że planuje dalsze badania mające na celu określenie motywacji stojących za proekologicznymi decyzjami zakupowymi.

Wertując dalsze strony niniejszego numeru, Czytelnik trafi na tekst autorstwa Katarzyny Manii i Weroniki Dopierały-Kalińskiej. Badaczki dokonały analizy sposobu, w jaki telewizyjne programy informacyjne relacjonowały protesty społeczne będące następstwem orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego. Dotyczyło ono niezgodności zapisów ustawy z dnia 7 stycznia 1993 r. o planowaniu rodziny, ochronie płodu ludzkiego i warunkach dopuszczalności przerywania ciąży (zezwalających na aborcję w przypadku wystąpienia przesłanki embriopatologicznej) z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej.

Autorem czwartego artykułu jest pochodzący z Iranu Hamid Tabeai, który przedstawia pozytywne i negatywne aspekty arteterapii prowadzonej w formie online.

Tekst bazuje na integracyjnym przeglądzie recenzowanej literatury, dotyczącej wykorzystania technologii cyfrowych w psychoterapii i terapii sztuką. Naukowiec pochodzący z Bliskiego Wschodu uwzględnił nie tylko badania, które przedstawiały wyniki empiryczne, ale także analizy obserwacyjne i jakościowe, w których oceniano skuteczność e-terapii i arteterapii online.

Kolejny tekst porusza zagadnienia związane z kulturą i mediami. Elżbieta Tabakowska wspólnie z Małgorzatą Majewską jako cel swoich badań wskazują zaprezentowane metafory służących różnym instytucjom do promocji różnorodnych działań kulturalnych. Do innych założeń artykułu należy między innymi wykazanie przydatności językoznawstwa kognitywnego w nauce o komunikacji społecznej i mediach. Autorki ukazują sposób, w jaki narzędzie językowe – metafora – może zostać wykorzystane do badania zjawisk medialnych.

Na kolejnych stronach niniejszego numeru przenosimy się do świata mediów społecznościowych. Artykuł autorstwa Joanny Kot pod tytułem *Nowe formy narracji na Instagramie: badanie pilotażowe ról związanych z podróżami i sportem* skupia się przede wszystkim na analizie zawartości serwisu społecznościowego Instagram. Celem artykułu, w którym dokonano prezentacji ról (z angielskiego – *reels*) o tematyce sportowej i podróżniczej, jest próba zrozumienia fenomenu takich form przekazu, a także dokonanie charakterystyki ich twórców oraz odbiorców.

Drugi tegoroczny numer kończy się sprawozdaniem z VI Kongresu Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, które odbyło się w Gdańsku w dniach 22–24 września 2022 roku. Tematem przewodnim tegorocznego wydarzenia było hasło: „Media i społeczeństwo w erze platform, algorytmów i danych”. Współorganizatorami Kongresu byli: Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Gdańskiego oraz Europejskie Centrum Solidarności. W obradach, które po raz pierwszy odbyły się w Gdańsku, czynnie brała udział redakcja naszego czasopisma, której działania skupiają się na wielu inicjatywach związanych z sekcją Młodych Medioznawców i Komunikologów.

W imieniu całej redakcji „Com.Press” oraz autorów tekstów życzę Państwu przyjemnej lektury!

Mateusz Sobiech
redaktor wydania

