



# MEDIA I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA



**RADA NAUKOWA**dr 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 okładki**Wydawnictwo 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 rolek 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



Magdalena Andrys

AKADEMIA MUZYCZNA IM. IGNACEGO JANA PADEREWSKIEGO  
W POZNANIU

 ORCID: 0000-0002-5631-0417

[mandrys@amuz.edu.pl](mailto:mandrys@amuz.edu.pl)

## Multimedia i technologia cyfrowa w edukacji muzycznej podczas zdalnych zajęć w czasie pandemii COVID-19

### Multimedia and Digital Technology in Distance Learning of Music During the COVID-19 Pandemic

#### ABSTRAKT

Wprowadzony wiosną 2020 roku stan zagrożenia epidemicznego wywołany pandemią COVID-19 przeniósł całą edukację w tryb nauczania zdalnego. Lekcje muzyki stały się dla nauczycieli-muzyków wyzwaniem, wymagały od nich większej kreatywności i innowacyjności w przygotowaniu do zajęć, opracowywaniu materiałów dydaktycznych i wzbudzeniu w uczniach aktywności muzycznej. W artykule zawarto wnioski z badania obszarów: (1) realizacji treści programowych, (2) stosowania narzędzi cyfrowych i oprogramowania oraz (3) kompetencji cyfrowych dwunastu nauczycieli muzyki województwa wielkopolskiego, którzy realizowali zajęcia zdalne w publicznych szkołach ogólnokształcących w czasie pandemii COVID-19.

**SŁOWA KLUCZOWE: MULTIMEDIA W EDUKACJI, EDUKACJA MUZYCZNA ONLINE, SZKOŁA W PANDEMII, TECHNOLOGIA CYFROWA W MUZYCE.**

#### ABSTRACT

The state of an epidemic introduced in the spring of 2020 in connection with the COVID-19 pandemic has changed all education to distance learning. Music lessons became a challenge for the music teachers who needed to become more creative and innovative while preparing classes and teaching materials or stimulating musical activities of their students. The paper contains conclusions from the study of the following areas: (1) the implementation of the curriculum content, (2) the use of digital tools and software, and (3) the digital competencies of twelve music teachers from the Greater Poland Voivodeship who conducted online lessons in public general education schools during the COVID-19 pandemic.

**KEYWORDS: MULTIMEDIA IN EDUCATION, ONLINE MUSIC EDUCATION, EDUCATION DURING THE PANDEMIC, DIGITAL TECHNOLOGIES IN MUSIC.**

Andrys, M. (2022),  
Multimedia i technologia cyfrowa  
w edukacji muzycznej podczas  
zdalnych zajęć w czasie pandemii  
COVID-19,  
*com.press*, 5(2), s. 6–19.

DOI: 10.51480/compress.2022.5-1.479

[www.compress.edu.pl](http://www.compress.edu.pl)

## WPROWADZENIE

Komputer wraz z oprogramowaniem i inne narzędzia cyfrowe były obecne przez ostatnie dziesięciolecia w obszarze sztuki oraz w edukacji. Wprowadzanie nowoczesnych technologii do procesu kształcenia i praktyki edukacyjnej według Stanisława Dylaka powinno uwzględniać: „1) wzmacnianie elektronicznymi narzędziami tradycyjnie ujętego kształcenia na lekcjach, w szkole, jak również poza szkołą, ale w ramach systemu klasowo-lekcyjnego, 2) tworzenie alternatywnego względem rozumianego tradycyjnie środowiska uczenia się i nauczania, 3) wchodzenie mediów w rolę żywego nauczyciela w bezpośrednim kontakcie” (Dylak, 2015, s. 66).

W edukacji muzycznej niektórzy nauczyciele-muzycy w pracy dydaktycznej, wykazując się innowacyjnością w odniesieniu do tradycyjnej formy prowadzenia lekcji muzyki, wdrażali rozwiązania z wykorzystaniem multimediów. Marginalne wcześniej działania stały się dla wielu inspiracją, gdy z początkiem roku 2020 globalny kryzys wywołany przez rozprzestrzenianie się nowego i nie w pełni rozpoznanego wirusa spowodował powstanie nowych i bezprecedensowych wyzwań we wszystkich obszarach życia społecznego, w tym także w edukacji muzycznej. Z powodu pandemii SARS-CoV-2 władze państwowe podejmowały działania mające na celu powstrzymanie rozprzestrzeniania się wirusa. Na całym świecie nadzwyczajnym środkiem zapobiegającym rozprzestrzenianiu się zakażeń stała się izolacja społeczna oraz zawieszenie działalności większości sektorów gospodarki, w tym wszystkich placówek edukacyjnych każdego szczebla (od żłobków i przedszkoli, przez szkolnictwo podstawowe, branżowe i średnie, aż po uczelnie wyższe), co w konsekwencji często powodowało problemy z aktywnością zawodową rodziców i opiekunów będących pracownikami całego systemu gospodarczego.

W Polsce od 16 marca 2020 roku wprowadzono stan zagrożenia epidemicznego, szkoły zostały zamknięte. Narzucony regulacjami prawnymi brak możliwości stacjonarnego prowadzenia zajęć i uczestniczenia w nich zobligował nauczycieli i uczniów do pozostania w domach oraz wymusił konieczność tworzenia i odkrywania nowych narzędzi w celu utrzymania ciągłości dydaktycznej i pedagogicznej. Organy prowadzące placówki edukacyjne były zobowiązane do podjęcia decyzji o zmianach w harmonogramie zajęć i formie jego realizacji, w niektórych szkołach zadecydowano, iż pod pretekstem dbałości o higienę cyfrową uczniów zajęcia z „mniej istotnych” przedmiotów, jak muzyka, plastyka i wychowanie fizyczne, miały odbywać się rzadziej (Buchner, Wierzbička, 2020). Wszystkie dotychczasowe zajęcia przeniosły się do sieci, gdzie m.in. w czasie rzeczywistym odbywały się

lekcje w formie wideokonferencji lub – w przypadku słabej jakości połączenia – były nagrywane przez nauczycieli i następnie udostępniane uczniom w wirtualnych przestrzeniach dyskowych, lub też rezultaty pracy własnej uczniów były rejestrowane i przesyłane do weryfikacji poprzez transfery.

Przed pandemią edukatorzy z zakresu technologii zalecali, by zachować wstrzeźliwość w przesadnie pozytywnym i optymistycznym nastawieniu do potencjalnych korzyści wynikających z wykorzystywania technologii podczas zajęć muzycznych i wdrażanie ich poprzedzić wnikliwą analizą uwzględniającą możliwości uczniów i stan wyposażenia szkoły (Savage, 2011, s. 223). Wbrew tym zaleceniom wprowadzenie izolacji społecznej w stanie zagrożenia epidemicznego dla nauczycieli muzyki stało się czasem wzmożonej pracy i kształcenia umiejętności cyfrowych oraz dynamicznego procesu bieżącego wdrażania rozwiązań technologii informacyjno-komunikacyjnej w wirtualnej sali lekcyjnej.

## MULTIMEDIA W EDUKACJI MUZYCZNEJ PRZED PANDEMIAŁ COVID-19

Odkrycie technologii dźwięku generowanego przez komputer otworzyło nowe przestrzenie przed muzyką, a standard cyfrowego udostępniania informacji muzycznych MIDI (*Musical Instrument Digital Interface*), za pośrednictwem internetu, przyczynił się do znaczących zmian w tej dziedzinie sztuki i jej upowszechnianiu. Wykorzystywanie multimedii i technologii cyfrowej w tworzeniu muzyki, komponowaniu, wykonywaniu, nagrywaniu, przechowywaniu i udostępnianiu dźwięku (z wizją lub bez) jest obecnie podstawą produkcji muzycznej, która jest również wykorzystywana na lekcji muzyki w postaci realizacji nagrań oraz prób kompozycji elektroakustycznej.

Zgodnie z dyrektywą Rady Europejskiej z dnia 22 maja 2018 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie stosowanie w szkolnictwie technologii cyfrowych ma na celu optymalizację procesu nauczania i uczenia się, a także w założeniu ma wpływać na postęp nabywania kompetencji cyfrowych uczniów. Jeszcze przed wprowadzeniem stanu zagrożenia epidemicznego jednym z ważnych aspektów kształcenia ogólnego było wdrażanie elementów technologii informacyjno-komunikacyjnej (TIK) w zakresie każdego przedmiotu nauczanego w szkole podstawowej, również na lekcjach muzyki. W kontekście badań opisywano stan technologii informacyjno-komunikacyjnych z uwzględnieniem różnych poziomów publicznej edukacji muzycznej w dwudziestu krajach europejskich. Perspektywę, proces



wdrażania, dostępność, różnorodność podejścia oraz różnice między krajami szczegółowo przedstawiono w artykule *European Perspectives on Music Education: New media in the classroom* (Gall i in., 2012).

W odniesieniu do edukacji muzycznej znaleźć można publikacje dotyczące realizacji treści programowych z wykorzystaniem TIK, kompetencji uczniów i nauczycieli w zakresie stosowania narzędzi cyfrowych oraz pomysłów na wdrażanie multimediów na lekcji muzyki (Ody, 2005; Soszyński, 2014; Parkita, 2012, 2016; Andrys, 2020). Edukacja muzyczna powinna odzwierciedlać charakter środowiska kulturowego i społecznego, w którym istnieje (Kratus, 2007, s. 46), dlatego obecność i wdrażanie mediów do praktyki edukacji muzycznej pozwala nauczycielom zbliżyć się do codziennych praktyk dzieci i młodzieży. Tworzenie interaktywnych doświadczeń edukacyjnych za pośrednictwem mediów może wspomóc i uzupełnić dotychczasowe działania na zajęciach muzycznych.

Pierwszą inicjatywę stworzenia portalu z udostępnionymi materiałami edukacyjnymi podjęto w 2011 roku we współpracy Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Narodowego Instytutu Audiowizualnego. Powstała „Muzykoteka Szkolna”, która przez ostatnią dekadę poszerzana była o treści dotyczące epok, biogramów twórców, definicji pojęć muzycznych, charakterystyki instrumentów i gatunków muzycznych, a także multimedialnych wywiadów oraz o bazę utworów do słuchania, jak również aplikacje do nauki nut i interaktywne gry muzyczne (Parkita, 2016, s. 42). Kolejnymi projektami łączącymi kulturę i technologię były: strona internetowa Cyfrowa Biblioteka Polskiej Piosenki ([www.bibliotekapiosenki.pl](http://www.bibliotekapiosenki.pl)) oraz platforma zawierająca lekcje i prezentacje taneczne tańców polskich, realizowana przez Narodowy Instytut Muzyki i Tańca w ramach projektu „Tańce tradycyjne PL” ([www.tance.edu.pl](http://www.tance.edu.pl)). Pomimo wspomnianych inicjatyw pedagodzy prowadzący w polskich szkołach przedmiot „muzyka” z trudem mogli doszukać się elektronicznych i wirtualnych środków dydaktycznych oraz innych propozycji (programów, aplikacji, platform), które mogłyby być wykorzystane podczas zajęć (Andrys, 2020).

W niniejszym artykule przedstawione zostaną wyniki badania przeprowadzonego wśród nauczycieli przedmiotu „muzyka” prowadzących zdalne zajęcia w podstawowych szkołach ogólnokształcących województwa wielkopolskiego w czasie pandemii COVID-19.

## METODOLOGIA BADAŃ

W badaniu zastosowano metodę sondażu, technikę sondażu z zastosowaniem wywiadu (Łobocki, 2000, s. 31). Wywiad typu indywidualnego, jawnego, skategoryzowanego (Pilch, 1995, s. 58) przeprowadzono za pośrednictwem platformy Microsoft Teams. Badanie przeprowadzono w grupie dwunastu nauczycieli prowadzących zdalne zajęcia muzyki na II etapie edukacji (w wymiarze jednej godziny tygodniowo w klasach 4–7) w ogólnokształcących szkołach podstawowych województwa wielkopolskiego w czasie trwania pandemii COVID-19. Grupę respondentów stanowili przedstawiciele szkół Poznania (trzech nauczycieli) oraz innych miast (pięciu nauczycieli) i wsi (czterech nauczycieli) województwa wielkopolskiego. Uczestnicy badania posiadali doświadczenie w pracy zawodowej na poziomie każdego z czterech szczebli awansu nauczyciela: stażysty (trzech nauczycieli), kontraktowego (trzech nauczycieli), mianowanego (czterech nauczycieli), dyplomowanego (dwóch nauczycieli). Wszyscy respondenci byli absolwentami kierunku edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej dwóch jedynych ośrodków akademickich województwa kształcących nauczycieli muzyki – Akademii Muzycznej im. Ignacego Jana Paderewskiego w Poznaniu oraz Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (Wydział Pedagogiczno-Artystyczny w Kaliszu UAM).

## WYNIKI BADAŃ

W trakcie analizy zgromadzonego materiału badawczego wyłoniły się trzy obszary, do których nauczyciele odnosili swoje wypowiedzi, były nimi: (1) realizacja treści programowych, (2) narzędzia cyfrowe i oprogramowanie oraz (3) kompetencje cyfrowe nauczycieli.

### 1. REALIZACJA TREŚCI PROGRAMOWYCH

W opinii uczestników badań realizacja treści programowych, w tym stymulowanie pożądanej aktywności muzycznej uczniów, było trudne ze względu na brak bezpośredniego kontaktu z uczniami. Narzędzia cyfrowe pomagały w utrzymywaniu kontaktu i budowaniu relacji, jednak z początku prowadzenie zajęć śpiewu, gry na instrumencie, aktywnego słuchania muzyki, ruchu z muzyką i tworzenia sprawiało nauczycielom problemy. Wszyscy badani wskazywali na brak materiałów z zakresu edukacji muzycznej, dlatego gdy nastąpił pierwszy *lockdown*, większość nauczycieli korzystała głównie

z serwisu YouTube i treści dostępnych w serwisie Muzykoteka Szkolna. Również wydawnictwa podręczników przeznaczonych do lekcji muzyki nie dysponowały bazą scenariuszy ani środkami dydaktycznymi do zajęć online, udostępniały jedynie podręczniki w formie flipbooków z załączonymi plikami do odsłuchu. W niektórych placówkach zajęcia online w formie wideokonferencji zaczęto odbywać niemalże od razu, w innych nauczyciele z początku wysyłali uczniom jedynie opracowane tematy z podręczników online oraz utwory do słuchania. W późniejszym czasie pedagodzy zaczęli tworzyć nowe prezentacje i multimedialne pomoce dydaktyczne. Jednakże w opinii jednego z nauczycieli „zajęcia zdalne, pomimo ich uatrakcyjniania i ciągłego rozwoju kompetencji i umiejętności cyfrowych moich i uczniów, odbiegały od wzorcowego modelu aktywnych lekcji muzyki, stawały się bardziej lekcjami wiedzy o muzyce z elementami wirtualnego grania i śpiewania”.

To właśnie aktywności muzyczne: śpiew i gra na instrumentach, sprawiały najczęściej kłopotu, ponieważ niestabilność, słaba jakość połączenia lub po prostu brak możliwości synchronizacji dźwięku podczas zajęć odbywających się w czasie rzeczywistym powodowały, że uczniowie nie mogli wspólnie wykonywać utworów jak podczas lekcji stacjonarnych w sali. Zazwyczaj wspólne wykonywanie utworów sprowadzało się do recitalu nauczyciela, który śpiewał przed kamerą (z podglądem na uczniów – uczniowie mieli włączone kamery, ale wyłączone mikrofony), jednocześnie ufając, że uczniowie po drugiej stronie również wykonują utwór razem z nim, a nie tylko poruszają ustami.

Podobne trudności napotymano w nauce gry na instrumencie. W szkolnictwie ogólnym ta aktywność muzyczna przybiera formę zajęć zbiorowych z elementami zindywidualizowanego kształcenia. Respondenci tego badania w swoim programie realizowali grę na flecie prostym oraz na ukulele. Zwrócili uwagę na trudności, jakie uczniowie napotykali, próbując grać na instrumencie w domu, ze względu na obecność pozostałych domowników – równoległe lekcje rodzeństwa oraz pracę rodziców – niekiedy nie mogli wykonywać zadań zleconych podczas lekcji. Dlatego nauczyciele grę na instrumencie realizowali nieobligatoryjnie w formie dodatkowych zadań, wówczas uczniowie (posiadający warunki do ćwiczeń) z pomocą materiałów przygotowanych i udostępnionych przez nauczyciela nagrywali swoje wykonania, a następnie wysyłali nauczycielowi do weryfikacji. Pomimo braku możliwości bieżącej korekty technicznych aspektów gry na instrumencie, nauczyciele pozytywnie odnosili się do tego typu rozwiązania (które także stosowali w przypadku śpiewania piosenek). Podkreślali również entuzjazm uczniów w tym względzie, w ich opinii taka forma pozwalała na wielokrotnie

próby wykonania utworu (a nie jednorazowe wykonanie podczas lekcji), dostrzeżenie własnych błędów, możliwość wyboru najlepszego nagrania, realizację nagrania w najbardziej dla nich komfortowym momencie.

W poszukiwaniu alternatywy dla tradycyjnej nauki śpiewu i gry na instrumencie nauczyciele inspirowali się popularnymi w czasie pandemii wirtualnymi koncertami artystów z całego świata oraz nagraniami utworów montowanych z innych filmów (np. utwór *Co mi, Panie, dasz*, Orkiestra online #wdomuzagrane, arr. Adam Sztaba). Wzorem tych inicjatyw niektórzy podejmowali podobne działania i przygotowywali wraz z uczniami przedsięwzięcia często w całości samodzielnie przez nich realizowane.

Formą aktywności prawie niemożliwą do realizacji był ruch z muzyką. Zadanie to zawarte jest w podstawie programowej i na tym etapie edukacyjnym zazwyczaj należy skupić się na tańcach narodowych. Niestety, nawet zajęcia online w formie wideokonferencji nie dały możliwości nauki i realizacji podstawowych figur tanecznych w parach i w kole za pośrednictwem internetu. Nauczyciele przyznali, że te treści realizowali zazwyczaj, prezentując i omawiając filmy zawierające przykłady charakterystyczne dla krakowiaka, kujawiaka czy poloneza. Najczęściej korzystali z materiałów udostępnionych na portalu internetowym przez Narodowy Instytut Muzyki i Tańca ([www.tance.edu.pl](http://www.tance.edu.pl)).

W trakcie pandemicznej izolacji przeważającą formą aktywności muzycznej było słuchanie. Nauczyciele w ramach zajęć mieli szeroki dostęp do nagrań, które udostępniali uczniom podczas wideokonferencji (choć w tej formie dźwięk tracił na jakości), lub zamieszczali w przestrzeni dyskowej czy też wysyłali linki. Podczas lekcji zdalnych przestrzeń do prezentacji swoich gustów muzycznych mieli także uczniowie, którzy przedstawiali swoich ulubionych wykonawców, dołączając również przykłady muzyczne. Ponadto, wraz z przedłużającym się czasem izolacji całego społeczeństwa, na platformach streamingowych pojawiały się spektakle i wydarzenia udostępniane przez najbardziej cenione ośrodki sztuki na całym świecie, co w opinii nauczycieli było pozytywnym aspektem narodowej kwarantanny. Wirtualna wizyta na największych i najbardziej uznanych scenach artystycznych dała niespotykaną dotąd możliwość uczestnictwa w prestiżowych wydarzeniach kulturalnych.

W badaniach respondenci przyznali, że tworzenie muzyki w cyfrowej przestrzeni było dla nich początkowo pozornie nierealne. Z perspektywy czasu dostrzegli jednak, że tak naprawdę wszystkie działania zmierzające do zmiany dotychczasowego sposobu nauczania ich przedmiotu miały znamiona tworzenia. W tym czasie opracowywali m.in. nowe wersje utworów,

pisali własne piosenki, przygotowywali autorskie akompaniamenty, kreowali wizualne tło nagrywanych i montowanych utworów. Wśród respondentów pojawiły się opinie, że „przed pandemią moim podstawowym narzędziem pracy było pianino i głos, teraz myślę, że śmiało mogę jeszcze do tego dołożyć komputer i telefon z całym ich wewnętrznym cyfrowym dobrodziejstwem”.

Niestandardowe podejście do realizowanych dotychczas treści oraz wejście do wirtualnej przestrzeni edukacyjnej sprzyjało również innowacyjnym działaniom. Nauczyciele w obliczu konieczności dostosowania wybranych treści i aktywności do środowiska cyfrowego dostrzegli, że podczas zajęć zdalnych można skupić się na zagadnieniu dźwięku cyfrowego i możliwościach jego wykorzystania. W niektórych placówkach prowadzono zajęcia z realizacji dubbingu do fragmentów bajek, podczas których uczniowie (korzystając ze smartfonów lub komputerów) nagrywali dialogi poszczególnych postaci (zwracając uwagę na prawidłową emisję głosu i różnice w brzmieniu i odbiorze własnego głosu), samodzielnie je montowali, a następnie, przy użyciu dostępnych w domu przedmiotów codziennego użytku, dokładali efekty dźwiękowe oraz dostosowywali tło muzyczne. Rezultaty swojej pracy prezentowali podczas zajęć. Badani podkreślali, że takie działania powinny wejść do programu kształcenia przedmiotowego, szczególnie dla uczniów w klasach siódmych lub w szkołach średnich.

## 2. NARZĘDZIA CYFROWE I OPROGRAMOWANIE

Izolacja w czasie pandemii obnażyła brak przygotowania technicznego szkół do podjęcia zajęć online. Nauczyciele wspominali, że musieli podejmować pracę przy użyciu własnego sprzętu mobilnego i komputerowego. Choć takie działanie nie było niczym nowym, to eksploatacja prywatnych narzędzi w okresie wzmożonej pracy zdalnej była uciążliwa i kosztowna. Nauczyciele dla polepszenia jakości swoich zajęć inwestowali w sprzęt i oprogramowanie specjalistyczne. Jeden uczestnik badania obecnie wykorzystuje zdobyte umiejętności w pozaszkolnej działalności własnej, nagrywając i montując filmy z wydarzeń dla dzieci i młodzieży.

Podstawowym narzędziem podczas zajęć zdalnych w czasie narodowej kwarantanny były platformy społecznościowe, które z założenia ułatwiają udostępnianie rozlicznych zasobów internetowych, z których uczniowie mogą czerpać wiedzę, a także na bieżąco analizować i dyskutować, co umożliwia kontynuowanie nauki poza tradycyjną salą lekcyjną. O wyborze głównego narzędzia do komunikacji decydowały organy prowadzące placówki lub dyrektorzy. Najczęstszym wyborem były platformy, takie jak Google Meet i Microsoft Teams, które oprócz możliwości prowadzenia zajęć online

w czasie rzeczywistym posiadały także przestrzeń do zamieszczania materiałów do lekcji, zadań domowych i innych plików. Nauczyciele muzyki (w wyjątkowych sytuacjach) korzystali także z programu Zoom, Skype, a nawet z WhatsApp – według badanych te aplikacje miały lepsze walory przesyłania dźwięku.

Dotychczasowe zastosowanie mediów w edukacji muzycznej sprowadzało się głównie do wyszukiwania muzyki (plików muzycznych, nagrań), informacji i materiałów edukacyjnych, a także do nauki zasad muzyki i szkolenia umiejętności muzycznych poprzez filmy instruktażowe (np. YouTube) lub do zabawy programami i aplikacjami muzycznymi. W czasie pandemii podczas zajęć i w pracy własnej nauczyciele korzystali z programów i aplikacji pomocnych do tworzenia autorskich środków dydaktycznych. Do wizualnego przedstawienia omawianych treści nauczyciele, oprócz gotowych zasobów zawartych w ogólnodostępnych portalach internetowych, przygotowywali własne prezentacje multimedialne i inne pomoce graficzne (np. PowerPoint, Prezi, Keynote, Canva, Genially). W pracy nad montażem wideo oraz edycją dźwięku nauczyciele najczęściej korzystali z programów umożliwiających przycinanie plików, dodawanie efektów, przejść między kadrami, tworzenia animacji itp. (np. Lightworks, Da Vinci Resolve, Audacity, Cubase, Wondershare Filmora, MAGIX Music Maker, Garageband). W przygotowaniu aranżacji, opracowań oraz w tworzeniu piosenek i pomocy dydaktycznych nauczyciele korzystali również z programów do edycji nut (np. Finale, Sibelius, MuseScore – darmowy program, z którego korzystali również uczniowie). Uczestnicy badania tworzyli (lub korzystali z bazy opracowanych przez innych użytkowników) materiały wspomagające zapamiętywanie treści, najczęściej korzystali z platform online (np. Mentimeter, Kahoot, Quizizz, Quizlet) lub z darmowych programów (np. Hot Potatos). Ponadto korzystali także z gotowych multimedialnych gier dydaktycznych oraz podejmowali próby stworzenia własnych aplikacji.

Przeszkodą dla technologicznych aspiracji nauczycieli niekiedy był brak odpowiedniego sprzętu u niektórych członków zespołu klasowego, aby więc zapobiec wykluczeniu, większość zadań wymagających lepszej jakości sprzętu do nagrywania, realizacji dźwięku czy oprogramowania do montowania filmów wideo była dla uczniów nieobowiązkowa.

### 3. KOMPETENCJE CYFROWE NAUCZYCIELI

Pedagodzy muzyki oraz badacze mediów są zgodni w twierdzeniu, iż wirtualne przestrzenie społecznościowe można określić jako internetowe wspólnoty praktyk, które koncepcyjnie oparte są na konstruktywistycznych zasadach obejmujących uczenie się i budowanie wiedzy przez poszukiwanie, doświadczanie, działanie, interakcje społeczne i refleksję (Bell-Robertson, 2014). W czasie pandemii COVID-19 portale społecznościowe gromadziły również nauczycieli muzyki, specjalistów wymieniających się zebranymi materiałami. Również zdalne zajęcia prowadzone w formie wideokonferencji miały znaczący wpływ na utrzymywanie relacji tak istotnej w budowaniu zespołu klasowego.

Uczestnicy badania podkreślali, że w bardzo krótkim czasie musieli przeformatować nie tylko swój warsztat pracy, ale przede wszystkim zmienić myślenie i zacząć planować działania w wirtualnej sali lekcyjnej. Specjaliści z najdłuższym stażem pracy wspominali, że ich doświadczenie w zawodzie nie miało znaczenia, ponieważ w obliczu tak diametralnej zmiany warunków pracy musieli budować swój warsztat metodyczny na nowo. Respondenci podkreślali, że uczestnictwo w konferencjach, szkoleniach, kursach i spotkaniach odbywających się online zintegrowało środowisko muzyczne w trudnym dla kultury momencie, a także ułatwiło kontakt z przedstawicielami innych ośrodków.

W opinii nauczycieli powszechne twierdzenie o wysokim poziomie kompetencji cyfrowych uczniów zostało zweryfikowane przez naukę zdalną. Wielu z nich (i ich rodziców) miało znaczne trudności w opanowaniu narzędzi do komunikacji, a podczas zajęć wykazywali się brakiem umiejętności w zakresie wyszukiwania informacji, tworzenia treści czy rozwiązywania problemów.

W wypowiedziach badani często podkreślali samodzielną pracę nad autorskimi środkami dydaktycznymi. Jeden z uczestników badania odniósł się do nagrywania materiałów wideo z udziałem nauczyciela w celu prezentacji utworu. Takie działanie często wymagało większego przygotowania, ponieważ „nagranie zostawia ślad, więc nie mogło zawierać mankamentów, na wypadek gdyby uczniowie chcieli się pochwalić panią od muzyki przed rodziną”. Zdarzało się, że nauczyciele z obawy przed udostępnieniem ich autorskiego filmu nie podejmowali nawet trudu jego przygotowania, w zamian wysyłali link do nagrania z płyty lub z podręcznika. Takie lęki świadczą o tym, że zdarzały się sytuacje bezprawnego udostępniania wizerunku i łamania praw autorskich, co powinno być w przyszłości uświadamiane uczestnikom zajęć zdalnych.

Badani, którzy odznaczyli się najkrótszym stażem pracy i stosunkowo niedawno ukończyli studia, krytycznie odnosili się do braku dostosowania programu studiów do wyzwań współczesnego świata, ze szczególnym uwzględnieniem metod pracy i przygotowania do prowadzenia zajęć zdalnych. Również pozostali nauczyciele wspominali, że zazwyczaj szkolenia doskonalące nie obejmowały technologii informacyjno-komunikacyjnej w edukacji muzycznej i możliwości zastosowania narzędzi cyfrowych na lekcji muzyki.

W opinii dwóch nauczycieli, którzy pełnili opiekę nad praktykami studentkami, pojawił się aspekt przygotowania studentów do pracy zawodowej. Ich zdaniem zdalna forma zajęć nie sprzyjała realizacji podstawowych założeń praktyk. Studenci realizowali zajęcia w wirtualnym środowisku i w przyszłości mogą mieć znaczące braki merytoryczne w prowadzeniu zajęć w stacjonarnych warunkach szkolnych.

## WNIOSKI

Skutki pandemii zapewne będą odczuwalne jeszcze przez kilka następujących lat, będą one dotyczyć każdej przestrzeni życia całego społeczeństwa. Wprowadzone zmiany można już dziś zweryfikować i dobre rezultaty wdrożyć. Prowadzone analizy i badania dotyczące technologii oraz możliwości korzystania z mediów zmieniają się wraz z nowymi trendami i rozwojem cyfryzacji.

Edukacja muzyczna wobec wyzwań współczesnego świata może zastosować dobre praktyki w zakresie (1) realizacji treści programowych online. Katalogi scenariuszy i szeroka gama materiałów edukacyjnych stworzona przez nauczycieli w czasie trwania nauki zdalnej może stanowić bazę i inspirację do przyszłych działań. Nauczyciele muzyki, jeszcze przed kryzysem wywołanym wirusem SARS-CoV-2, mieli aspiracje i motywacje do wykorzystywania (2) narzędzi cyfrowych i oprogramowania, jednakże (zarówno w przeszłości, obecnie, jak i zapewne w przyszłości) są one warunkowane przez dostępność narzędzi technologii cyfrowej w szkołach. Brak wcześniejszego odpowiedniego przygotowania i (3) kompetencji cyfrowych nauczycieli został w czasie pandemii w znacznym stopniu zniwelowany, co nie zmienia faktu, że szkolenia doskonalące dla nauczycieli oraz warsztaty prowadzone przez specjalistów powinny być kontynuowane, ponieważ cyfrowe możliwości w edukacji muzycznej nie zostały jeszcze wyczerpane.

Spółeczna izolacja jako odpowiedź na zagrożenie epidemiczne COVID-19 nie pozostawiła wyboru szkołom i zmusiła do przejścia na nauczanie online,



a tym samym zobowiązała nauczycieli (m.in. muzyki) do nauki korzystania z technologii w pracy dydaktycznej i odejścia od tradycyjnych form uczenia muzyki. Nauczyciele, którzy byli otwarci na wykorzystywanie rozwiązań multimedialnych i cyfrowych podczas zajęć, prawdopodobnie jej elementy będą również wprowadzać po pandemii. Jednakże w przypadku nauczycieli, którzy mieli negatywne doświadczenia, może być odwrotnie. *Lockdown* pokazał, że prowadzenie zajęć muzyki online za pośrednictwem platform wideokonferencyjnych stanowi wyzwanie, a przedłużający się okres nauki zdalnej może niekorzystnie wpłynąć na rezultaty edukacji muzycznej dzieci i młodzieży.

## BIBLIOGRAFIA

- Andrys, M. (2020). *Mediatyzacja edukacji muzycznej w kontekście strategii kształcenia wyprzedzającego*. Com.press, 3 (1), 44–53.
- Bell-Robertson, G. (2014). "Staying on Our Feet": Novice Music Teachers' Sharing of Emotions and Experiences within an Online Community. *Journal of Research in Music Education* 61, no. 4. 431–51.
- Buchner, A., Wierzbicka, M. (2020). *Edukacja zdalna w czasie pandemii. Raport. Edycja II*. Warszawa: Fundacja Centrum Cyfrowe. Pobrane z: [https://centrumcyfrowe.pl/wp-content/uploads/sites/16/2020/11/Raport\\_Edukacja-zdalna-w-czasie-pandemii.-Edycja-II.pdf](https://centrumcyfrowe.pl/wp-content/uploads/sites/16/2020/11/Raport_Edukacja-zdalna-w-czasie-pandemii.-Edycja-II.pdf) [dostęp: 04.08.2022].
- Dylak, S. (2015). Kształcenie wyprzedzające jako obiecujący model edukacyjny epoki smartfona (s. 65–75). W: Pyżalski, J. (red.), *Wychowawcze i społeczno-kulturowe kompetencje współczesnych nauczycieli*, Łódź: theQ studio
- Gall, MRY., Sammer, G. de Vugt, A. (2012). *European Perspectives on Music Education: New media in the classroom*. Innsbruck: Helbling Verlagsgesellschaft mbH.
- Kratus, J. (2007). *Music Education at the Tipping Point*. *Music Educators Journal* 94, no. 2. 42–48.
- Łobocki, M. (2000). *Metody i techniki badań pedagogicznych*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- Oda, B. (2005). Realizacja przedmiotu „muzyka” w szkolnych pracowniach komputerowych. W: Markiewicz, L. (red.), *Muzyka w szkole XXI wieku. Tradycja i współczesność* (s. 214–223). Katowice: Akademia Muzyczna im. Karola Szymanowskiego.

- Parkita, E. (2012). *Kompetencje medialne nauczyciela muzyki a wymagania współczesności*. *Studia Pedagogiczne – problemy społeczne, edukacyjne i artystyczne* 21, 35–48.
- Parkita, E. (2016). *Technologie informacyjno-komunikacyjne w edukacji muzycznej XXI wieku*, *Muzyka Historia Teoria Edukacja* nr 6, 34–44.
- Pilch, T. (1995), *Zasady badań pedagogicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Żak.
- Savage, J. (2011). *Tom's Story: Developing Music Education with Technology*. *Journal of Music, Technology and Education* 4, no. 2 and 3. 217–226.
- Soszyński, P. (2014). *Kompetencje informatyczne nauczycieli muzyki. Stan postulowany i rzeczywisty*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.



**Natalia Buczyńska-Pizoń**

UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ W LUBLINIE

 ORCID: 0000-0003-1418-6953

natalia.buczynska@poczta.umcs.lublin.pl

## Green Shopping: Do Consumers Think About the Environment When Making Purchasing Decisions?

### Zielone zakupy: czy konsumenci myślą o środowisku przy podejmowaniu decyzji zakupowych?

#### ABSTRACT

Purpose: The purpose of this paper is to find out how consumers evaluate eco-aspects when making purchases.

Design/methodology/approach: An internet survey of 713 respondents was conducted. The study uses the following statistical tests: Spearman's Rank Correlation Coefficient, Bivariate Pearson Correlation, Mann-Whitney U Test, Kruskal-Wallis Test, and Chi-Squared Test.

Findings: People with children stand out concerning shopping in a planned manner with a shopping list which can help to make informed purchasing decisions and limit unnecessary shopping. The survey shows that people with children are willing to pay more to get a product in preferable packaging. However, the situation looks different when it comes to students. Students, when compared with other social groups, are more reluctant to pay more for better packaging. They also stand out when it comes to social media use – they follow profiles promoting green behaviours.

Research limitations/implications: Further research is planned to study the motivations behind environmentally friendly purchasing decisions.

Practical implications: The study demonstrates which groups could potentially be targeted with green product offers.

Social implications: The outcomes of the survey show how shopping and consumer preferences are evolving. It is very important to take care of the natural environment nowadays. For this reason, companies should strive to produce greener products to help consumers lower their environmental impact.

Originality/value: Drawing the correlation between a shopping process and consideration for the natural environment.

**KEYWORDS: PURCHASING DECISION, THE NATURAL ENVIRONMENT, GREEN SHOPPING, ZERO WASTE.**

#### ABSTRAKT

Celem artykułu jest ustalenie, w jaki sposób aspekty ekologiczne wpływają na decyzje konsumentów podczas dokonywania zakupów. W ramach badań przeprowadzono ankietę internetową na grupie 713 respondentów. Podczas analizy zastosowano następujące testy statystyczne: współczynnik korelacji rang Spearmana, dwuwymiarowy współczynnik korelacji Pearsona, Test U Manna-Whitneya, Test Kruskala-Wallisa oraz Test Chi kwadrat. Na podstawie badań ustalono, że osoby posiadające dzieci wyróżniają się pod względem dokonywania zakupów w sposób zaplanowany, co może pomóc w podejmowaniu świadomych decyzji

Buczyńska-Pizoń, N. (2022),  
Green Shopping: Do Consumers  
Think About the Environment When  
Making Purchasing Decisions?,  
*com.press*, 5(2), s. 20–35.

DOI: 10.51480/compress.2022.5-1.471

[www.compress.edu.pl](http://www.compress.edu.pl)

zakupowych i ograniczeniu kupowania zbędnych produktów. Wyniki potwierdzają, że osoby posiadające dzieci są skłonne zapłacić więcej, aby otrzymać produkt w preferowanym opakowaniu. Sytuacja wygląda inaczej, jeśli chodzi o studentów. Ta grupa społeczna, w porównaniu z innymi badanymi, niechętnie płaci więcej za lepsze opakowanie. Studenci wyróżniają się również w przypadku korzystania z mediów społecznościowych – śledzą profile promujące zachowania ekologiczne. Planowane są dalsze badania mające na celu zbadanie motywacji stojących za proekologicznymi decyzjami zakupowymi. Niniejszy artykuł wyjaśnia do jakich grup można potencjalnie kierować oferty produktów ekologicznych. Wyniki analizy obrazują, jak ewoluują zakupy i preferencje konsumentów.

**SŁOWA KLUCZOWE: DECYZJE ZAKUPOWA, ŚRODOWISKO NATURALNE, ZIELONE ZAKUPY, ZERO WASTE.**

## INTRODUCTION

Nowadays it is increasingly common for consumers to make more informed and environmentally friendly purchasing decisions. However, many of them are still not aware how much daily shopping adversely affects the natural environment (Tobler et al., 2011, p. 674–682).

Every-day consumption is one of the main sources of environmental pollution. Daily consumption drives mass production of plastic and causes rapidly growing landfill sites. Of course, recycling is highly important, nonetheless, it consumes energy (Toth & Szigeti, 2016, p. 283–291). Consumers are more and more aware of their destructive habits, changing them gradually until over time new ones become second nature (Kryk, 2011).

Being green has become trendy recently, however, brands often persuade consumers that they are environmentally friendly but in fact it is just marketing spin (Holdren & Ehrlich, 1974, p. 282–292).

We are currently faced with excessive consumption that leads to wastage of manufactured goods (overproduction), degradation of the natural environment, increased social disproportion on local and global levels, gradual destruction of non-renewable resources and other adverse climatic events (Basmann, 1956, p. 47–58).

Living an eco-friendly life means that we should primarily limit unnecessary shopping and consider if the product we want to buy is indispensable for us (Guath et al., 2022). A nature's friend should consider products' quality and lifespan. It is also important to think about a type of packaging, quantity and price (Bradley, 2009, p. 347–363).

## CONSUMER PREFERENCE AND ECOLOGICAL AWARENESS

Consumer preference is the subject of interest to economists and nutritionists, at the same time expertise in consumer preference would be manufacturers and vendors' dream come true. (Tobi et al., 2019, p. 65–75) As it turns out consumers' likes and dislikes are not solely determined by prices of goods or a person's budget, but mostly by satisfaction, contentment and happiness associated with the product. Consumer theory describes consumer behaviour according to various selection criteria. Preference compared with consumer's financial means allows us to forecast what goods will actually be purchased (Wierzbiński et al., 2021, p. 345). In the era of the consumer market, consumer preference is one of the basic factors taken into account in food purchasing decisions and it involves among others: brand (manufacturer), quality marks, certificates or other marks on a product label. Moreover, such decisions also entail type and size of packaging as well as appearance and taste of the product (Engel et al., 1973, p. 66–77).

Today consumers choose products that address their needs and preference. Purchasing decisions and manner of consumption are affected by many factors, i.e.: social, economic, psychological, and even philosophical (Basmann, 1956, p. 47–58). Decisions about buying certain goods are made in the human brain. (Trudel, 2019, p. 85–96) The process is very complex and thus people's choices are different. For economists it is important that consumers can compare goods on offer and choose ones that suit them better. (Koreleska, 2017, p. 1119–1123). They do not analyse why a person chose a specific product and according to what criteria. Preference is therefore a result of a subjective selection process, which takes place in the consumer's mind, and the choices are not always considered rational (Amberg & Fogarassy, 2019, p. 137–143).

Environmental awareness is a relationship with the natural environment, a collection of information and beliefs about the natural environment, and a system of environmental values that are fostered and cherished by an individual. (Kwon, 2011, p. 22–28) The concept of environmental awareness is used in two contexts. In a broader sense, environmental awareness is a complex of ideas, values and opinions about the natural environment as a place of residence for human beings and the development of the entire society. This meaning is common for specific groups in a given historic period (Wierzbiński et al., 2021, p. 345–349). In a narrower meaning, environmental awareness describes people's knowledge, beliefs and opinions about a role of the natural environment in their own lives. Practical conceptualisation

of environmental awareness also describes anthropogenic burden, degree of exploitation, threat and protection of the environment, as well as knowledge of means and instruments for nature conservation and the use of the respective knowledge (Kauf et al., 2017).

## DECONSUMPTION AND ECO-CONSUMPTION

Deconsumption, also known as anti-consumerism or defensive consumption, is seen as a conscious and intended reduction of volume of consumed goods and services by to rational levels from a vantage point of an individual. (Byrska, 2021, p. 23–41) This means that consumers are responsible for their choices and decisions. We should keep in mind that deconsumption is an extremely broad concept, because it could mean reduction of volume in favour of quality, limitation of material consumption in favour of immaterial consumption, reduction of consumption to rational levels caused by disappointment and weariness, downgrading consumption in a system of values or for the sake of saving the natural environment (Zalega, 2013, p. 3–21). Thus, defensive consumption is determined by objective and subjective factors. The first of those are: globalization and detraditionalization, migration processes, longer life expectancy, disappearance of turning points between stages of human life, progress of civilization, intensification of innovations, changes in trading and trade institutions and direct State's interference in consumption (Toth & Szigeti, 2016, pp. 283–291). Subjective factors, which contribute to deconsumption are as follows: growing awareness of the need to curb consumption, downgrading of consumption in a value system, weariness and disappointment with high consumption, growing interest for value of nature (opposition against increasing volume of consumer waste) and willingness to change a lifestyle. The literature on the subject distinguishes four key dimensions of deconsumption, which are (Byrska, 2021, pp. 23–41):

- limitation of consumption due to uncertain situation of households,
- limitation of consumed goods in favour of their quality,
- limitation of material consumption in favour of service consumption,
- limitation of consumption for rational reasons.

These consumption processes are related to eco-consumption, also called environmentally friendly consumption or sustainable consumption. Eco-consumption means the intended pursuit of individuals to minimize adverse effects of consumer and investment goods and services consumption through rationalization and utilisation of factors of consumptions (resources) and

reduction in manufacturing and consumer waste (Cichocka & Pieczonka, 2001, pp. 108–125). Eco-consumption, like sustainable development, should be durable and sustainable. Durability means that consumption processes, which provide maximum utility to consumers over an indefinite timespan, become embedded. In other words, eco-consumption is an optimal, conscious and responsible use of available natural resources, goods and services by individuals, households, populations, local communities, business environments, local governments, national governments and international structures that follows sustainable development rules (Holdren & Ehrlich, 1974, pp. 282–292).

It needs to be highlighted that sustainable consumption is based on limitation of wastage, curbing pollution generation, as well as buying goods and services which meet certain utmost ethical, social and environmental criteria. The example of eco-consumption includes healthy food, purchasing reusable shopping bags, as well as transportation and tourism with a small environmental footprint. Eco-consumption gives rise to two consumer trends: conscious consumption and collaborative consumption. Conscious consumption, also called “ethical consumption” or “responsible consumption”, is understood as informed decision making which takes into account knowledge about social, environmental and political consequences (Brough et al., 2016, pp. 567–582). In practice, conscious consumption involves finding out about products and services – practices of companies behind them, manufacturing processes, possibilities of reprocessing and taking socially and environmentally responsible choices on the base of that knowledge (Maćcik & Maćcik, 2015, pp. 138–152).

In other words, conscious consumption refers to behaviour of a rational consumer, who has consideration for health, the environment, sustainable development and knowledge of the economy. However, we are observing this trend not only when we buy environmentally friendly products and services, but also when we leave the wallet in our pockets and look for better options. This means that we are slowly evolving into the consumer society, where “to have” becomes increasingly “to be” (Wasilik, 2014, pp. 66–74).

We should remember that conscious consumption analyses solutions such as reduction of consumption, sharing and reusing products. Moreover, ethical (conscious) consumption puts an emphasis on whole product life cycle; not only how the product was made, but also what happens to it when it is no longer needed. Environmentally conscious products include handicraft and low processed products, a whole range of so-called slow food products, that is slow life, slow travel, slow parenting, slow city. In recent times due to the



current economic crisis, clothing swaps and up-cycling (processing waste to create something of a greater value) became trendy again in many countries around the world. (Kwon, 2011, pp. 22–28) On the other hand, collaborative consumption also called sharing, mesh, peer to peer economy or sharing economy is based on the idea of sharing and product/service approach that is concentrated on a product's function and not on its ownership. In other words, we don't need a DVD, only a film we want to watch. When we read a book, we can swap it for another. Collaborative consumption solutions range from typical exchange of favours by neighbours, through different types of libraries, to more and more widespread city bikes in Europe (a system that provides residents with short-term rental of bikes placed on special bicycle stands in selected city points) or car sharing systems (Witek, 2014, pp. 209–217). Thus, we might say that collaborative consumption is a consumption model, which facilitates borrowing, swapping, barter agreements or paid access to goods, in opposition to ownership (Botsman and Rogers, 2012: 15–16; Gansky, 2010: 56); it allows us not only to limit individual consumption and unnecessary purchases, but also strengthens integration and social bonds. French sociologist M. Maseffoli, commenting on the essence of collaborative consumption, points to the fact that the economic sphere (...) evolves under the influence of changes in lifestyles and value systems of inhabitants of postmodernity. The eco-sensitivity is permanently rising (Koreleska, 2017, pp. 1119–1123).

Nowadays, we are faced with excessive consumption, which generates waste (overproduction), and leads to environmental degradation, increases inequality in society on the local and global level, gradual destruction of non-renewable resources and other adverse events. (Hermaniuk, 2018, pp. 189–199)

## ANALYSIS OF RESULTS OF MY OWN STUDY

The online survey was conducted with 713 respondents. It is intended to find what aspects do consumers consider while making purchasing decisions. It was the author's first exploratory data analysis. The survey was distributed online, and that affected anonymity of the research. Semantic differential questions were employed in the research. The survey was conducted in June 2020.

The respondents were both women (677, 95%), and men (36, 5%). As we can see, the majority of the survey participants are women, therefore men were

excluded from analysis. The people taking part in the survey were aged 15 to 44, however, most of them were of the age from 25 to 34 – 51% and from 15 to 24 – 35%. The respondents aged 35 – 44 constitute 13% of all participants. This could be primarily attributed to the fact that people in this age range do not use social media as much as younger people do, and the survey was distributed through social media. The dominating group in the study was the generation that grew up with the Internet technology, and it may have been easier to reach them online. The respondents' place of residence includes towns with over 100 thousand residents – 61%, villages – 26%, and smaller towns – 35%. The respondents' incomes are proportionally diversified, however, more than half of the respondents have varying income per person in the household. The biggest group of respondents receive income of more than PLN 3000 (34 %). More than half of respondents have income of less than PLN 1500 per person. The respondents are educated – 58% of survey participants with higher education, and that factor can affect the level of income.

Most respondents (67%) are in employment, 25% are secondary school students or higher education students, 7% are unemployed.

Almost half (43%) of the participants have a partner, 37% cohabiting and 18% married. Only 1% is divorced. Almost 70% of respondents have children.

The study was conducted to analyse whether a relationship exists between gender, age, place of residence, level of income, education, professional status, marital status, the fact of having or not having children and the attitude to various specific activities related to protection of the natural environment. Question codes are provided in Table (Hermaniuk, 2018, pp. 189–199). Correlation coefficients are presented in Table 2,  $\rho$ -values for correlation coefficients are presented in Table 3.

**Table 1.** Question codes used in the paper.

Question's marking	The question
Q1aa	When I make purchasing decisions, I pay attention to the material of the packaging and/or the product.
Q1ab	I take my own shopping bag when I go shopping.
Q1ac	Taking care of the natural environment is highly important for me.
Q1ad	I avoid plastic packaging.
Q1ae	The material used for manufacturing packaging is for me more important than the price.
Q1af	I know what zero waste is and I follow zero waste rules while I do my shopping.
Q1ag	I think that taking care of the environment is not important.
Q1ah	I think that I – as an individual – am not able to have an impact on the natural environment.
Q1ai	I do not use plastic bags provided by shops.
Q1aj	I think that packing fruit and vegetables in plastic makes no sense.

Question's marking	The question
Q1ak	I am keen to buy eco-friendly products.
Q1al	I buy seasonal fruit and vegetables from local suppliers.
Q1am	I buy what I want and being eco-friendly is not important for me.
Q1an	I go shopping with a shopping list and I do mindful shopping.
Q1ao	I buy too much, and I waste food.
Q1ap	I learn from social media how important caring for the natural environment is.
Q1aq	I do not waste food and plan my shopping to use all I buy.
Q1ar	I like following social media profiles that promote green behaviours.
Q1as	I am a conscious consumer and take care of the environment.
Q1at	People that are closest to me take care of the environment and set a good example.
Q1au	I think that promotion of green behaviour is a temporary trend.
Q1av	I do not know how to do shopping to have a smaller environmental footprint.
Q1aw	I want to be eco-friendly but satisfying my shopping needs is more important to me.
Q1ax	It is important to me that product packaging is biodegradable.
Q1ay	I make purchasing decisions without consideration for the environment.
Q1az	I buy new clothes every season.
Q1ba	I know how much water is needed to produce a single shirt.
Q1bb	Zero waste shopping helps me to save money.
Q1bc	I prefer to buy good quality products that last longer.
Q1bd	Following fashion and trends is for me more important than taking care of the natural environment.

Source: own study.

**Table 2.** Correlation coefficients. Correlation coefficients with low p-values are in bold – see Table 3.

Marking of question	Correlation coefficient			
	Age	Place of residence	Education	Income
Q1ac	-0.018	0.03	-0.007	-
Q1ad	-0.07	-0.03	-0.069	-
Q1ae	-0.139	-0.046	0.067	-
Q1af	-0.028	-	-0.124	-
Q1ak	-0.06	-0.059	-0.027	-
Q1an	-0.027	0.048	-0.04	-
Q1ar	-0.031	0.014	-0.033	0.055
Q1as	-0.036	-0.041	-0.063	-0.003
Q1aw	0.04	-0.0	0.01	-

Source: own study.

**Table 3.** P-values for calculated correlation coefficients. Low p-values are marked with "\*" for p-value < 0.1, and "\*\*" for p-value < 0.05.

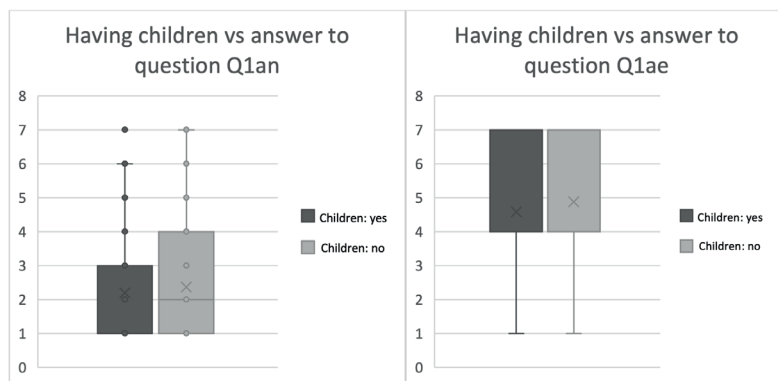
Marking of question	p-value for correlation coefficient rho			
	Age	Place of residence	Education	Income
Q1ac	0.645	0.44	0.858	-
Q1ad	0.071*	0.427	0.073*	-
Q1ae	<0.001**	0.228	0.08*	-
Q1af	0.461	-	<0.001**	-
Q1ak	0.121	0.125	0.482	-
Q1an	0.479	0.211	0.301	-
Q1ar	0.416	0.708	0.391	0.154
Q1as	0.352	0.285	0.101	0.945
Q1aw	0.296	0.993	0.788	-

Source: own study.

The correlation coefficients point to a weak relationship between the answers of the respondents to the survey questions and their age, place of residence, education, and level of income. In most cases where high p-values were obtained, no relationship was indicated. Low p-values, which could indicate the existence of weak correlations, were found for the question Q1ad ("I avoid plastic packaging") and age and education, for the question Q1ae ("The material used for manufacturing packaging is for me more important than the price") and age and education, for the question Q1af ("I know what zero waste is and I follow zero waste rules while I do my shopping") and education, Education is the factor that has the strongest influence on answers to the survey questions.

In order to find out whether the fact of having or not having children influences interest in activities protecting the natural environment, the Mann-Whitney U test was run to compare medians of answers of respondents, who have and those who have not children. Results in the form of p-values were presented in Table 4. The low (<0.1) p-values were obtained twice: for the question Q1ae ("The material used for manufacturing the packaging is for me more important than the price") and Q1an ("I go shopping with a shopping list and I do mindful shopping"). The results for those questions are presented in Figure 1.

**Figure 1.** Correlation between having children and provided answers. The dots in the figure present outliers, “x” is an average value of answers in the group.



Source: own study.

**Table 4.** Results of Mann-Whitney U tests comparing answers provided by the respondents with and without children. Low p-values in the table are marked “\*” for p value < 0.1.

	The group that has children		The group that does not have children		p-value
	Average	Median	Average	Median	
Q1ac	1.99	1	1.99	1	0.841
Q1ad	3.37	4	3.33	4	0.68
Q1ae	4.57	4	4.85	4	0.094*
Q1ak	2.54	2	2.47	2	0.555
Q1an	2.18	1	2.37	2	0.066*
Q1ar	3.24	3	2.99	3	0.116
Q1as	3.14	3	3.0	3	0.25

Source: own study.

The Kruskal-Wallis test was run to find out whether marital or professional status affects answers to the survey questions. Results for the marital status are presented in Table 5. Because the group was small, the analysis does not include respondents with the following marital statuses: “legally separated”, “divorced” and “widow/widower”. No significant p-value was obtained for any of the considered survey questions.

**Table 5.** Results of Kruskal-Wallis tests comparing questions provided by the respondents with different marital statuses.

	Marital status: “single”		Marital status: “cohabiting”		Marital status: “married”		p-value
	Average	Median	Average	Median	Average	Median	
Q1ae	4.83	4	4.89	4	4.6	4	0.144
Q1ak	2.55	2	2.4	2	2.57	2	0.199
Q1an	2.28	2	2.43	2	2.19	1	0.282

	Marital status: "single"		Marital status: "cohabiting"		Marital status: "married"		p-value
	Average	Median	Average	Median	Average	Median	
Q1ar	3.03	3	3.04	3	3.09	3	0.957
Q1as	3.11	3	3.0	3	3.06	3	0.642
Q1aw	3.67	4	3.83	4	3.95	4	0.38

Source: own study.

The results of testing in respect of professional status are presented in Table 6. Similarly, as in the case of civil status, the analysis does not include the smallest group, which is pensioners. The groups provided different answers to two questions: Q1ae ("The material used for manufacturing the packaging is for me more important than the price") and Q1ar ("I like following social media profiles that promote green behaviours"). Secondary school students/higher education students were less likely to agree with the statement presented in the question Q1ae than other groups and more willing to agree with the statement in the question Q1ar. The differences are presented in Figure 2.

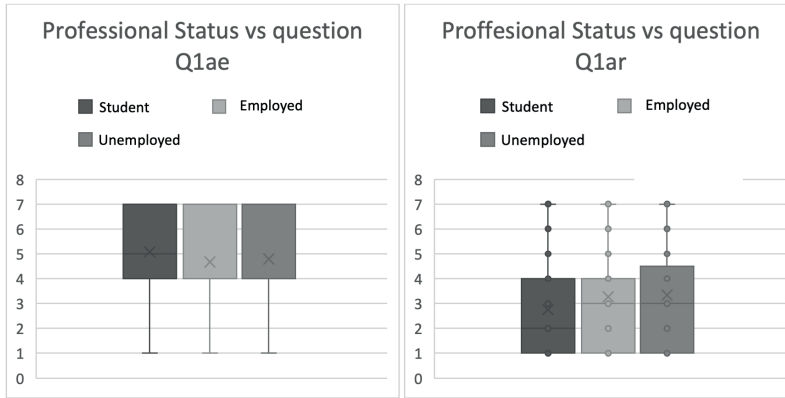
**Table 6.** Results of Kruskal-Wallis tests that compare answers provided by the respondents with different professional statuses. Low p-values are marked with: "\*" for p-value < 0.1, and "\*\*" for p-value < 0.05.

	Professional status: "secondary school student/ higher education student"		Professional status: "in employment"		Professional status: "unemployed"		P-value
	Average	Median	Average	Median	Average	Median	
Q1ae	5.06	5	4.62	4	4.8	4	0.04**
Q1ak	2.48	2	2.48	2	2.65	3	0.84
Q1an	2.3	2	2.3	2	2.48	2	0.807
Q1ar	2.74	2	3.15	3	3.35	3	0.055*
Q1as	2.91	3	3.05	3	3.33	4	0.3
Q1aw	3.72	4	3.88	4	3.98	4	0.626

Source: own study.

It was verified whether the respondents provided similar answers to the question Q1ai ("I don't use plastic bags provided by shops") and Q1aj ("I think that packing fruit and vegetables in plastic makes no sense"). The correlation coefficient amounting to 0.464 indicates medium strength correlation between answers to those questions and low p-value < 0.001 that points to the correlation.

**Figure 2.** Professional status and answers to survey questions. Outliers are marked with dots in the figure. “x” is the average value for the answers in the group.



Source: own study.

In the case of the question Qai (“I don’t use plastic bags provided by shops”) I decided to explore the profile of the people who expressed extreme disagreement with the statement in the question. To that end I used the chi-squared test to compare the distribution of features (such as age, education, professional status and marital status) in respect of the whole group of the respondents compared with the group of respondents who answered “I totally disagree”. The percentage of individual answers in both groups with test results are presented in Table 7. Very high  $\rho$ -values indicate a lack of any factors distinguishing respondents who unequivocally declared their using plastic bags provided by shops. The distribution of groups in respect of age, level of education, professional and marital status is similar compared with all the respondents.

**Table 7.** Percentage of individual answers in the whole group and the group providing answers “I totally disagree” to question Q1ai and chi-squared test results.

		answers						p-value
		1	2	3	4	5	6	
Age	All respondents	37%	51%	12%	<1%	<1%	-	0.997
	Q1ai: “I totally disagree”	40%	50%	10%	0%	0%	-	
Education	All respondents	2%	2%	36%	60%	-	-	0.994
	Q1ai: “I totally disagree”	5%	3%	42%	50%	-	-	
Professional status	All respondents	26%	66%	8%	<1%	-	-	0.995
	Q1ai: “I totally disagree”	28%	62%	10%	0%			
Marital status	All respondents	18%	43%	37%	0%	<1%	<1%	0.996
	Q1ai: “I totally disagree”	16%	43%	41%	0%	0%	0%	

Source: own study.

## SUMMARY

Education is a factor that differentiates respondents the most in respect of answers provided to the survey questionnaire. Having or not having children does not affect the attitude of the respondents towards activities supporting protection of the natural environment. Persons who have children stand out in respect of doing mindful shopping with a shopping list. The analysis shows that they are willing to pay to buy products packed more sustainably (the question Q1ae). The situation is different in the case of students, who unlike other groups of professional status, are reluctant to pay more for better packaging. They stand out when it comes to social media use – they follow profiles promoting green behaviours (Q1ar). The marital status does not affect the attitude of the respondents towards protection of the environment. The answers of the respondents were quite consistent, which was shown in the comparison of the answers Q1ai and Q1aj with average correlation coefficient indicated by a low p-value. People who declare firmly that they use plastic bags in shops do not stand out in respect to any of the analysed aspects (age, gender, education, professional status, marital status) from the remaining respondents.

## CONCLUSION

Consumer awareness when shopping is growing. However, a considerable proportion of the population still does not see the gravity of problems such as ocean and forest pollution and the range of other adverse events affecting the natural environment which are partially the outcome of excessive consumption often caused by wrong purchasing decisions. The media inform about global warming, the pollution of rivers and oceans, smog, droughts and floods. However, they do not often show ways for consumers to reduce environmental degradation. It all starts in every household with planning mindful shopping and in a shop by making proper purchasing decisions.

Each individual can follow simple zero waste rules (which are intended to reduce the use of goods and to reuse them) and take steps to reduce the level of environmental pollution by such simple acts as quitting the use of plastic bags and using reusable fabric bags instead, buying products in natural packaging without excessive materials, reducing consumption of water in plastic bottles and replacing them with filter jugs, segregating waste appropriately, buying local products to reduce CO<sub>2</sub> emissions



and taking informed decisions in shops so as not to buy products which go unused and are simply thrown away. Studying consumer awareness in the act of making purchasing decisions is extremely important from the researcher's perspective. Therefore the author concentrates on the subject, in order to research the level of consumer environmental awareness whilst making purchasing decisions. When the author was writing the paper, she noted some research directions to follow in order to deepen the research and answer new research questions.

## BIBLIOGRAPHY

- Amberg, N., & Fogarassy, C. (2019). Green consumer behavior in the cosmetics market. *Resources*, 8 (3), 137.
- Basmann, R. L. (1956). A theory of demand with variable consumer preferences. *Econometrica, Journal of the Econometric Society*, 47–58.
- Bradley, K. (2009). Planning for eco-friendly living in diverse societies. *Local Environment*, 14 (4), 347–363.
- Brough, A. R., Wilkie, J. E. B., Ma, J., Isaac, M. S., & Gal, D. (2016). Is Eco-Friendly Unmanly? The Green-Feminine Stereotype and Its Effect on Sustainable Consumption. *Journal of Consumer Research*, 43 (4), 567–582. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw044>
- Byrska, J. M. M. (2021). Dekonsumpcja—Droga do wyzwolenia z konsumpcjonizmu. *Kultura i Wartości*, 31, 23–41. <https://doi.org/10.17951/kw.2021.31.23-41>
- Cichocka, I., & Pieczonka, W. (2001). Ekokonsumpcja i niektóre jej uwarunkowania wśród młodzieży szkolnej i akademickiej. *Żywność Nauka Technologia Jakość*, 08 (3), 108–125.
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1973). *Consumer behavior*. Holt, Rinehart & Winston.
- Guath, M., Stikvoort, B., & Juslin, P. (2022). Nudging for eco-friendly online shopping – Attraction effect curbs price sensitivity. *Journal of Environmental Psychology*, 81, 101821. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2022.101821>
- Hermaniuk, T. (2018). Postawy i zachowania konsumentów na rynku ekologicznych produktów żywnościowych. *Handel Wewnętrzny*, 2 (373), 189–199.

- Holdren, J. P., & Ehrlich, P. R. (1974). Human Population and the Global Environment: Population growth, rising per capita material consumption, and disruptive technologies have made civilization a global ecological force. *American Scientist*, 62 (3), 282–292.
- Kauf, S., Tłuczak, A., & Lysenko-Ryba, K. (2017). The effects of perceived CSR and ecological awareness on purchase decisions in Poland. *Organizacja i Zarządzanie: kwartalnik naukowy*.
- Koreleska, E. (2017). Production and market of ecological product in Poland. *International scientific conference RURAL DEVELOPMENT 2017*, 1119–1123.
- Kryk, B. (2011). Konsumpcja Zrównoważona a Proekologiczne Style Życia: A sustainable consumption vs. Ecological lifestyles. *Studia i Materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedza / Studies & Proceedings Polish Association for Knowledge Management*, 51, 206–218.
- Kwon, O.-H. (2011). Eco-friendly semiconductor technologies for healthy living. *2011 IEEE International Solid-State Circuits Conference*, 22–28.
- Mąciak, R., & Mąciak, D. (2015). Style podejmowania decyzji zakupowych konsumenta oraz ich pomiar. *Studia Ekonomiczne / Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. Ekonomia*, 2 (nr 236), 138–152.
- Tobi, R. C., Harris, F., Rana, R., Brown, K. A., Quaiife, M., & Green, R. (2019). Sustainable diet dimensions. Comparing consumer preference for nutrition, environmental and social responsibility food labelling: A systematic review. *Sustainability*, 11 (23), 6575.
- Tobler, C., Visschers, V. H., & Siegrist, M. (2011). Eating green. Consumers' willingness to adopt ecological food consumption behaviors. *Appetite*, 57 (3), 674–682.
- Toth, G., & Szigeti, C. (2016). The historical ecological footprint: From over-population to over-consumption. *Ecological Indicators*, 60, 283–291. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2015.06.040>
- Trudel, R. (2019). Sustainable consumer behavior. *Consumer psychology review*, 2 (1), 85–96.
- Wasilik, K. (2014). Trendy w zachowaniach współczesnych konsumentów – konsumpcjonizm a konsumpcja zrównoważona. *Konsumpcja i Rozwój*, 1 (6), 66–74.

- Wierzbiński, B., Surmacz, T., Kuźniar, W., & Witek, L. (2021). “The role of the ecological awareness and the influence on food preferences in shaping pro-ecological behavior of young consumers.” (“EconPapers: The Role of the Ecological Awareness and the Influence on ...”) *Agriculture*, 11 (4), 345.
- Witek, L. (2014). Typologia konsumentów na rynku produktów ekologicznych. *Marketing i Zarządzanie*, 35, 209–217.
- Zalega, T. (2013). Nowe trendy i makrotrendy w zachowaniach konsumenckich gospodarstw domowych w XXI w. *Konsumpcja i Rozwój*, 2 (5), 3–21.

Katarzyna Mania

UNIwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

 0000-0001-8620-0238

[katarzyna.m.mania@gmail.com](mailto:katarzyna.m.mania@gmail.com)

Weronika Dopierała-Kalińska

UNIwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

 0000-0001-8376-7343

[weronika.dopierala@amu.edu.pl](mailto:weronika.dopierala@amu.edu.pl)

## 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

Media Coverage of the Social Protests after the Sentence of the Constitutional Tribunal from 22nd October 2020 on the Conditions for Legal Abortion in Poland. Comparative Analysis of the TVN's „Fakty”, TVP1's „Wiadomości”, and Polsat's „Wydarzenia”

### ABSTRAKT

W niniejszym artykule dokonano 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. Postawiona została hipoteza, według której sposób relacjonowania protestów społecznych zależy od stronniczości politycznej danej stacji telewizyjnej, co odzwierciedlone zostaje przez wykreowaną narrację wokół omawianych wydarzeń. Badanie przeprowadzono na próbie wybranych audycji informacyjnych – „Faktów” TVN, „Wiadomości” TVP 1 oraz „Wydarzeń” Polsatu, które dotyczyły wydarzeń mających miejsce od dnia wydania powyższego wyroku do jednej z największych demonstracji w Polsce – „Marszu na Warszawę”. Analizę przeprowadzono za pomocą metod ilościowej i jakościowej przy pomocy klucza kategoryzacyjnego, dobierając kryteria dotyczące m.in. czasu poświęconego na omówienie protestów społecznych oraz wydanego orzeczenia, prezentacji wypowiedzi poszczególnych stron konfliktu oraz narracji skonstruowanej wokół omawianych wydarzeń.

**SŁOWA KLUCZOWE: MEDIA PUBLICZNE, MEDIA KOMERCYJNE, PROTESTY SPOŁECZNE, STRONNICZOŚĆ, ANALIZA ZAWARTOŚCI MEDIÓW**

Mania, K., Dopierała-Kalińska, W. (2022),  
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, *com.press*, 5(2), s. 36–59.

DOI: 10.51480/compress.2022.5-1.481

[www.compress.edu.pl](http://www.compress.edu.pl)

**ABSTRACT**

In this paper, the authors analyze the ways in which television news programs reported on the social protests following the sentence of the Constitutional Tribunal that concerned the non-compliance of the provisions of the Act of 7th January 1993 on Family Planning, Protection of the Human Fetus, and Conditions for the Admissibility of Termination of Pregnancy (allowing abortion in the event of an embryopathological condition) with the Constitution of the Republic of Poland. The authors verified the hypothesis according to which the manner of reporting social protests depends on the political bias of a given television station, which is reflected in the narrative created around the discussed events. The study was conducted on a sample of selected news programs from TVN's „Fakty”, TVP1's „Wiadomości”, and Polsat's „Wydarzenia” which were related to the events that took place from the date of the pronouncement of the abovementioned sentence to the date of one of the largest demonstrations in Polish history – „The March towards Warsaw”. The analysis was carried out using quantitative and qualitative methods with a categorization key, and based on such criteria as the time devoted to discussing the social protests and the sentence, presenting the statements of the various parties to the conflict, and the narration about the discussed events.

**KEYWORDS: PUBLIC MEDIA, COMMERCIAL MEDIA, SOCIAL PROTESTS, BIAS, MEDIA CONTENT ANALYSIS**

**WSTĘP**

**N**a początku 2020 roku rzeczywistość polskich obywateli zmieniła się diametralnie. Przez orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego z 22 października 2020 roku został złamany obowiązujący od 27 lat tzw. kompromis aborcyjny. Reakcja wielu obywateli Polski, wskazująca na znaczne oburzenie tym faktem, była natychmiastowa (Czarnecka, 2020). Decyzja sędziów pod przewodnictwem prezes Julii Przyłębskiej wywołała wiele masowych demonstracji, które swoim zasięgiem objęły cały kraj, jednocześnie łącząc przeciwników wyroku i dzieląc społeczeństwo.

Trudny czas, jakim była pandemia, zmuszał wielu obywateli do izolowania się od siebie nawzajem i pozostawania w domach, a dostęp do różnego rodzaju środków masowego przekazu umożliwiaił pozyskiwanie wiedzy o aktualnej sytuacji w kraju i na świecie. Jednym z istotniejszych były główne wydania telewizyjnych audycji informacyjnych największych nadawców, które obszernie relacjonowały wydarzenia związane z protestami.

Celem artykułu jest analiza porównawcza sposobu, w jaki telewizyjne audycje informacyjne wywiązały się z pełnionej przez nie funkcji informacyjnej i relacjonowały wyjątkowe dla polskiego społeczeństwa wydarzenie, czyli protesty społeczne będące następstwem orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego o niezgodności z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej zapisów ustawy z dnia 7 stycznia 1993 r. o planowaniu rodziny, ochronie płodu ludzkiego i warunkach dopuszczalności przerywania ciąży, które zezwalały

na aborcję w przypadku wystąpienia przesłanki embriopatologicznej (wyrok Trybunału Konstytucyjnego z 22.10.2022 r., K 1/20).

Badaniu poddane zostały najchętniej oglądane telewizyjne audycje informacyjne, które charakteryzują się tym, że docierają do różnych grup odbiorców ze względu na swoje określone linie programowe i preferencje polityczne zarówno nadawców, jak i dziennikarzy. Są to: „Wiadomości” emitowane przez nadawcę publicznego – Telewizję Polską na antenie TVP 1 oraz dwie audycje nadawców komercyjnych – „Fakty” TVN oraz „Wydarzenia” Polsatu. Punktem kulminacyjnym rosnącego napięcia w polskim społeczeństwie była jedna z największych demonstracji w Polsce, czyli „Marsz na Warszawę”, który odbył się 30 października 2020 roku.

W toku analizy postawiona została hipoteza, według której sposób relacjonowania protestów kobiet zależy od stronniczości stacji telewizyjnej – popierania określonej orientacji politycznej przez kierownictwo i dziennikarzy, co w efekcie przekłada się na narrację wykreowaną wokół omawianych wydarzeń. Dlatego przewiduje się, że „Wiadomości” będą krytyczne wobec protestów społecznych, a bardziej widoczna będzie decyzja Trybunału Konstytucyjnego w sprawie aborcji; „Fakty” zaprezentują stanowisko zupełnie przeciwne do nadawcy publicznego, a „Wydarzenia” podejść z dystansem do każdej ze stron konfliktu. Ponadto przyjęto założenie, że zgodnie z zapisami ustawy o radiofonii i telewizji nadawcę publicznego pełni misję społeczną, która zobowiązuje go do jak największej obiektywności oraz różnorodności w prezentowaniu opinii na podejmowane tematy przez różne strony konfliktu oraz środowiska, aby sprzyjać swobodnemu formułowaniu poglądów przez społeczeństwo (art. 21 u.r.t.). Tego wymogu ustawa nie nakłada natomiast na nadawców niepublicznych. W celu weryfikacji hipotezy przeprowadzona została ilościowa i jakościowa analiza zawartości audycji, biorąca pod uwagę liczbę materiałów i czas poświęcony protestom i orzeczeniu Trybunału Konstytucyjnego, wagę im przypisywaną, źródła wypowiedzi przywoływanych przez dziennikarzy, wykorzystanie wypowiedzi ekspertów, dbanie o zbilansowane prezentowanie zróżnicowanych poglądów i opinii oraz wydzwięk towarzyszący omawianym tematom.

## PROBLEM STRONNICZOŚCI MEDIÓW

System polityczny i medialny stanowią ważne subsystemy systemu społecznego. W państwie demokratycznym funkcjonują jako odrębne i samodzielne struktury, oddziałując jednocześnie na wszystkie inne podsystemy społeczne (Oniszczyk, 2011, s. 14). Autorzy koncepcji trzech modeli systemów medialnych, D. Hallin i P. Mancini, zaproponowali szerokie pojęcie paralelizmu politycznego, który oprócz relacji mediów z ugrupowaniami politycznymi obejmuje też związki z aktorami politycznymi (Dobek-Ostrowska, 2011). Badacze podkreślają, że „na paralelizm polityczny składa się wiele różnych czynników i istnieje szereg przesłanek, które świadczą o tym, w jakim zakresie jest on obecny w danym systemie medialnym. Pojęcie paralelizmu politycznego odnosi się przede wszystkim do zawartości mediów – a dokładniej zakresu, w jakim odrębne orientacje polityczne znajdują odzwierciedlenie w informacjach i relacjach na temat bieżących wydarzeń, a czasami również w zawartości rozrywkowej” (Chrobak, 2012, s. 139). Bogusława Dobek-Ostrowska wskazuje, że zjawisko paralelizmu politycznego zachodzi w przypadku, gdy uczestnicy sceny politycznej wysuwają żądania w stronę mediów, a one z różnych powodów muszą je zrealizować. Sztandarowym przejawem paralelizmu jest polityzacja mediów (Dobek-Ostrowska, 2011, s. 69).

Polityzacja mediów charakteryzuje się występowaniem w nich stronniczości (Dobek-Ostrowska, 2011, s. 69), która definiowana jest jako brak równowagi oraz subiektywizm w prezentowaniu wiadomości o tematyce politycznej, co oznacza wyróżnianie pewnych poglądów politycznych, idealizowanie preferowanych ugrupowań oraz częstsze prezentowanie pewnych wypowiedzi, np. opinii, które wskazują na słuszność określonych poglądów (Klepka, 2018, s. 16). Omawiane zjawisko kompleksowo tłumaczy J. Street, wskazując, że „działania dziennikarzy prowadzą do powstawania artykułów i programów faworyzujących jeden światopogląd kosztem innych, tym samym wzmocniają jeden układ interesów, a osłabiają układ alternatywny. Działania te mogą służyć konkretnym korporacjom lub określonym ideologiom. Pojęcie stronniczości nie ogranicza się do walki pomiędzy partiami politycznymi. W równym stopniu odnosi się ono do różnych systemów wartości [...]” (Pawlik, 2009, s. 148). W systemach demokratycznych z założenia nie występują sytuacje, w których grupy lub pewne układy są specjalnie traktowane przez media. Wszelkie wiadomości, które są przekazywane społeczeństwu, mają być rzetelne i obiektywne, ponieważ są to warunki konieczne dla funkcjonowania równości i odpowiedzialności w sferze polityki (Pawlik, 2009, s. 148).

Głównym wyznacznikiem stronniczości jest własność danego medium. D. Hallin i P. Mancini zwrócili szczególną uwagę na media publiczne. Wskazują oni, że to właśnie sposób ich działania, a dokładnie zarządzania nimi, prezentuje, jak zostały ukształtowane relacje z rządzącymi (Dobek-Ostrowska, 2011, s. 71).

Stanisław Jędrzejewski tłumaczy, że organy sprawujące nadzór nad mediami o charakterze publicznym są bezpośrednio lub pośrednio podporządkowane władzy, co pozwala jej na wpływanie na działalność tych instytucji (Seklecka, 2011, s. 139). Ułatwia to możliwość obsadzania personelu w instytucjach medialnych przez rządzących. W ten sposób władza za pośrednictwem swoich sprzymierzeńców może oddziaływać na funkcjonowanie danego medium. B. Dobek-Ostrowska zaznacza, że to właśnie od postawy elity politycznej zależy będzie jego autonomia (Seklecka, 2011, s. 139). Podejmując rozważania na temat stronniczości, należy mieć na uwadze, że media prywatne również biorą udział w „grach politycznych”. Mimo swojego charakteru są dalej zależne od państwa oraz sił rynkowych. Według I. Hoffman to właśnie nadawcy prywatni bardziej stanowczo podchodzą do tematów politycznych. Autorka twierdzi, że „starają się swoją własną linię polityczną prezentować jako poglądy obiektywne, neutralne, bliskie większości społeczeństwa” (Seklecka, 2011, s. 168). Stronniczość zauważyć można nie tylko wśród właścicieli mediów, ale i dziennikarzy oraz pracowników mediów. Zazwyczaj zatrudniają się oni w tych mediach, których linia programowa odpowiada ich własnym poglądom politycznym (Dobek-Ostrowska, 2011, s. 73).

Rozważając temat stronniczości pojawiającej się w mediach, należy przywrócić się zagadnieniu pluralizmu zawartości mediów, które według Beaty Klimkiewicz „w najszerszym kontekście odnosi się do ładu środowiska medialnego jako całości, umożliwiającego funkcjonowanie szerokiej gamy podmiotów, usług i treści medialnych” (Klimkiewicz, 2018, s. 302).

Tadeusz Kowalski, przyglądając się konstrukcji wskaźników Monitora Pluralizmu Mediów (Media Pluralism Monitor – MPM) (Zielińska, 2020), zwraca uwagę na płaszczyzny, na których może być badany pluralizm. Analizie może zostać poddana indywidualna zawartość medium pod względem prezentacji różnych poglądów oraz punktów widzenia. W takim przypadku badanie pluralizmu można przeprowadzić na poziomie danego medium oraz jego oferty, czyli np. programu informacyjnego (Kowalski, 2017, s. 2).

Temat stronniczości polskich serwisów informacyjnych podejmowali polscy badacze – M. Mrozowski oraz T. Popadiak-Kuligowska w *Ekspertyzie programów informacyjnych głównych wydań TVP1 Wiadomości, TVN Fakty, Polsat Wydarzenia z okresu 4.02. 2016 – 11.02.2016 r. Raport końcowy z 2016 roku.*



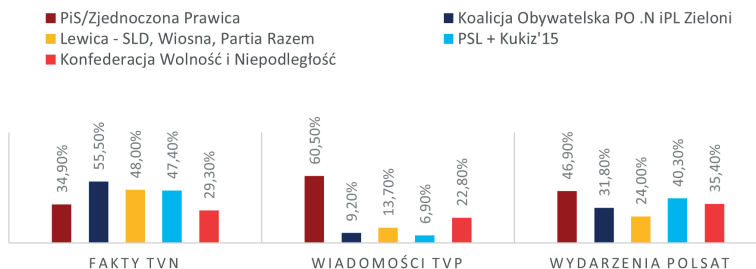
Podobnym obszarem tematycznym zajęła się M. Koźdoń-Dębecka w *The Image of Women Strike in "Wiadomości" TVP and "Fakty" TVN newsservices from October 22 until November 2 2020 in the context of Covid-19 pandemic*, opublikowanym 2020 roku.

## DOBÓR PRÓBY I METODOLOGIA

Telewizja to wyjątkowy środek masowego przekazu, który cieszy się zainteresowaniem wielu naukowców, polityków, dziennikarzy, ale przede wszystkim zwykłych ludzi. Często podkreśla się siłę, z jaką wpływa na swoich odbiorców. Jednym z głównych zarzutów, które stawia się telewizji, jest stwarzanie zniekształconego obrazu rzeczywistości, który jest pełen agresji, przemocy i brutalności, przez co jednostki tracą zaufanie do innych i wierzą, że tak właśnie wygląda otaczający je świat (Skarżyńska, 2002, s. 7). Jarosław Kaczyński w wywiadzie dla gazety „Do Rzeczy” stwierdził, że „w Polsce za pomocą telewizji można wykreować obraz, jaki się chce, bo społeczeństwo nie analizuje tego, co tam widzi, tylko przyjmuje jako prawdziwe” (Kublik, 2016).

Przedmiotem niniejszego badania są telewizyjne audycje informacyjne emitowane przez nadawcę publicznego oraz nadawców komercyjnych, czyli główne wydania „Wiadomości” TVP oraz „Fakty” TVN i „Wydarzenia” Polsatu. Warto podkreślić, że badania telemetryczne prowadzone przez Nielsen Audience Measurement pokazują, że największym zainteresowaniem w grupie „wszyscy +4” cieszą się od lat główne wydania programów informacyjnych emitowanych przez TVN, TVP 1 oraz Polsat.

Wybrane programy charakteryzują się wysoką oglądalnością wśród osób popierających różne partie i ugrupowania polityczne. W celu wyszczególnienia trzech telewizyjnych programów informacyjnych, które cieszą się popularnością wśród odbiorców charakteryzujących się różnymi preferencjami wyborczymi, poddano analizie raport IBIMS i IBRIS. Można wywnioskować, że materiały prezentowane przez danego nadawcę w pewien sposób odpowiadają liniom programowym danych partii politycznych, dlatego są chętniej wybierane i oglądane przez ich wyborców. Badanie polegało na zapytaniu respondentów o preferowane media informacyjne oraz o to, na jakie ugrupowanie oddali swój głos w poprzednich wyborach parlamentarnych, które odbyły się w październiku 2019 roku.

**Wykres 1.** Preferencje wyborcze widzów telewizyjnych programów informacyjnych.

Źródło: opracowanie na podstawie raportu IBIMS i IBRIS – *Skąd Polacy czerpią informacje?*, <http://ibims.pl/skad-polacy-czerpia-informacje-o-polsce-i-swiecie-raport-ibims-i-ibris/>, data dostępu: 01.08.2021.

Okres badawczy został zawężony do dwóch tygodni, w których miały miejsce najważniejsze wydarzenia przedstawiające skalę i wagę protestów społecznych. Dlatego z każdego z nich wybrano po trzy dni, w których doszło do licznych demonstracji, będących reakcjami na zmiany w polskim prawie aborcyjnym. Kryterium doboru próby było celowe i koncentrowało się na datach najważniejszych protestów, które wskazywały na dynamicznie rosnące napięcie wśród społeczeństwa, czego punktem kulminacyjnym był „Marsz na Warszawę”. Przy wyborze wydań zwracano również uwagę na porę dnia danych wydarzeń – jeśli odbywały się one maksymalnie do późnego popołudnia (godziny 16.00–17.00), wybierane były audycje emitowane jeszcze tego samego dnia, natomiast jeśli były to godziny wieczorne lub późniejsze, wybierano wydania, które emitowano dnia następnego.

Pierwszym wybranym dniem jest dzień wydania orzeczenia przez Trybunał Konstytucyjny (22 października), pod którego budynkiem od godzin porannych gromadziły się tłumy protestujących, a po wydaniu wyroku rozpoczęły się spontaniczne demonstracje, które trwały aż do godzin nocnych (23 października) na Żoliborzu. Kolejnymi analizowanymi materiałami są wydania z 25 października. W tym dniu miała miejsce akcja „Słowo na niedzielę”, polegająca na protestach przed i w kościołach, co wywołało falę kontrowersji co do samej idei protestów. Następne dni dotyczą kolejnego tygodnia, w którym wzburzenie społeczeństwa nie ustępowało, a nawet przybierało na sile. Ważną datą był 27 października, ponieważ od dnia wcześniejszego organizowane były liczne blokady ruchu drogowego i manifestacje w wielu polskich miastach. Rozpoczęło się wtedy dwudniowe posiedzenie Sejmu, podczas którego na mównicy zaprotestowały posłanki Lewicy, co doprowadziło do awantury i wezwania Straży Marszałkowskiej przez marszałka R. Terleckiego. W tym samym dniu opublikowano oświadczenie prezesa PiS Jarosława Kaczyńskiego, które wywołało niemałe poruszenie wśród

społeczeństwa i środowisk politycznych. Kolejnym ważnym wydarzeniem był Strajk Generalny (28 października). Ten dzień protestów szczególnie wyróżniał się na tle pozostałych, ponieważ polegał na nieobecności kobiet w zakładach pracy oraz na lekcjach i zajęciach jako wyraz sprzeciwu wobec orzeczenia wydanego przez Trybunał Konstytucyjny. Ostatnie badane wydania dotyczą największej akcji Ogólnopolskiego Strajku Kobiet, która odbyła się w piątek wieczorem, czyli „Marszu na Warszawę”. Według szacunków stołecznego ratusza w tej demonstracji wzięło udział nawet ok. 100 tys. obywateli (Nycz, 2020). Wydarzenie rozpoczęło się późnym popołudniem i trwało do późnego wieczora, dlatego wybrano wydania z następnego dnia (31 października). Podsumowując: analizie poddano główne (wieczorne) wydania wybranych serwisów informacyjnych z sześciu dni.

Badanie zawartości mediów przeprowadzono za pomocą analizy ilościowej oraz jakościowej. W tym celu stworzono klucz kategoryzacyjny, który pozwalał na przejrzyste uporządkowanie kategorii i danych oraz ich późniejsze porównanie. Zawarto w nim takie kryteria, jak: czas trwania programu; czas trwania materiału; kolejność w agendzie; wypowiedzi mierzone w sekundach, podzielone na: pozytywne, negatywne, inne/nie dotyczy, które przypisywano do dwóch nierozłącznych kategorii: OTK (orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego) oraz protesty społeczne. Analizowane były pod kątem werbalnym i wizualnym, a kwalifikowane były do danej kategorii, gdy nadany kontekst oraz wypowiedź wskazywały na pozytywy lub na negatywy stosunek osoby wypowiadającej się lub cytowanej do badanych kwestii. Autorzy wypowiedzi kwalifikowani byli do jednej z następujących grup: protestujący (wypowiedzi osób biorących udział), rządzący (posłowie koalicji rządzącej), opozycja (posłowie z partii opozycyjnych), liderki (liderki Ogólnopolskiego Strajku Kobiet), policja, aktywiści, rodzice (osoby opowiadające swoją historię powiązaną z tematem), duchowni, eksperci oraz inni (osoby, których nie można zakwalifikować do żadnej kategorii, np. świadkowie demonstracji, lecz nieuczestniczący w niej). Eksperti występujący w roli autorytetu zostali podzieleni na dziennikarzy, polityków, naukowców/specjalistów, duchownych lub innych. Gdy dana osoba potencjalnie kwalifikowała się do kilku kategorii, wybierana była jedna, istotniejsza w danym kontekście. Klucz kategoryzacyjny zawierał w sobie również takie kategorie, jak wydźwięk materiału oraz poprzedzającej go zapowiedzi (oceniane w kategoriach: pozytywny, negatywny, neutralny, ambiwalentny). Przeprowadzenie analizy możliwe było dzięki dostępowi do systemu umożliwiającego analizę zawartości programów telewizyjnych – Content Analysis System for Television (CAST) (<http://cast.info.pl/>).

## OMÓWIENIE WYNIKÓW BADAŃ

Badania ilościowe oraz jakościowe przeprowadzono na próbie 18 audycji programów informacyjnych – po 6 wydań „Wiadomości” TVP, „Faktów” TVN oraz „Wydarzeń” Polsatu. Przeanalizowano łącznie 43 materiały informacyjne dotyczące orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego z 22 października 2020 roku oraz jego następstw – protestów społecznych przeciw zastrzeniu prawa aborcyjnego, które odbyły się w wielu polskich miejscowościach.

**Tabela 1.** Liczba newsów w wybranych audycjach „Wiadomości”, „Faktów” i „Wydarzeń”.

Nazwa programu	Liczba materiałów na temat protestów oraz OTK	Liczba materiałów newsowych ogółem
„Wiadomości”	13	60
„Fakty”	17	51
„Wydarzenia”	13	65

Źródło: opracowanie własne.

Mimo że w „Faktach” pojawiła się najmniejsza liczba materiałów ogółem, to właśnie w tym programie wyemitowano najwięcej newsów na temat omawianych zjawisk. W „Wiadomościach” i „Wydarzeniach” pojawiło się ich po 13, lecz należy zwrócić uwagę, że w przypadku tych programów ogólna liczba newsów jest znacząco większa.

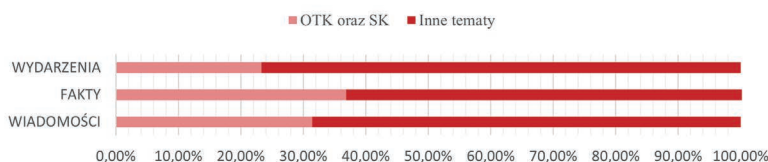
**Tabela 2.** Całkowity czas trwania analizowanych wydań oraz newsów poruszających tematykę orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego i Strajku Kobiet.

Nazwa programu	Całkowity czas poświęcony tematyce OTK oraz protestów	Całkowity czas trwania przeanalizowanych wydań
„Wiadomości”	00:56:55	03:01:19
„Fakty”	00:56:07	02:32:14
„Wydarzenia”	00:47:30	03:23:50

Źródło: opracowanie własne

Z przedstawionej tabeli wynika, że najwięcej uwagi orzeczeniu Trybunału Konstytucyjnego oraz protestom społecznym poświęcono w „Wiadomościach”, a najmniej w „Wydarzeniach”. Istotne jest, że analizowane audycje różniły się od siebie całkowitym czasem trwania, dlatego dla dostrzeżenia proporcji czasowych między omawianą kwestią a pozostałymi tematami pojawiającymi się w danych programach na wykresie 2 przedstawiono średni stosunek trwania newsów dotyczących OTK i protestów do newsów o innej tematyce na jedno wydanie, wyrażony w procentach.

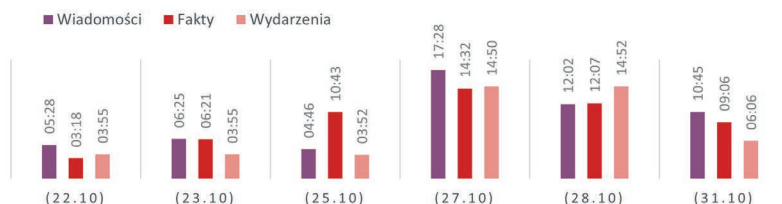
**Wykres 2.** Średni stosunek trwania newsów dotyczących OTK i protestów społecznych do newsów o innej tematyce na jedno wydanie programu, mierzony w sekundach i wyrażony w procentach.



Źródło: opracowanie własne.

Z wykresu 2 można wywnioskować, że średnio w skali jednego wydania najwięcej czasu tematyce wyroku TK oraz odbywających się w tym czasie demonstracji w polskich miastach poświęciły „Fakty” (ok. 37%), następnie „Wiadomości” (ok. 31%), a najmniej „Wydarzenia” (ok. 23%).

**Wykres 3.** Czas poświęcony tematyce OTK oraz protestów w „Wiadomościach”, „Faktach” i „Wydarzeniach” w podziale na wybrane dni.

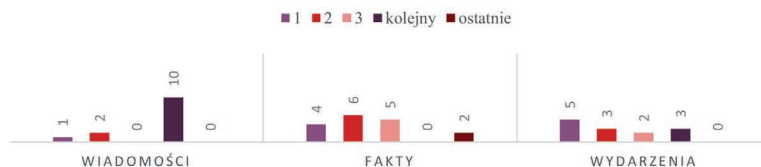


Źródło: opracowanie własne.

Na wykresie 3 zauważyć można, że zainteresowanie tematem OTK oraz protestów było szczególnie duże we wtorek 27 października 2020 r. To właśnie wtedy posłanki Lewicy zaprotestowały w Sejmie i wtargnęły na mównicę, co skończyło się nie tylko awanturą, ale i wezwaniem Straży Marszałkowskiej (*Awantura w Sejmie...*, 2020). W tym samym dniu prezes PiS Jarosław Kaczyński opublikował oświadczenie w formie wideo, w którym zachęcał społeczeństwo do obrony kościołów i chrześcijańskich wartości (*Oświadczenie Kaczyńskiego...*, 2020). Dużo czasu (choć odrobinę mniej) tematyce OTK i protestów poświęcono dnia następnego – odbył się wtedy Strajk Generalny, podczas którego obywatele zamiast do pracy i na zajęcia, wyszli wyrazić swój sprzeciw na ulice. W tym czasie swoje oświadczenie opublikowała też córka Prezydenta RP – Kinga Duda (*Wyrok Trybunału ws. aborcji. Kinga...*, 2020).

Na wykresie 2 wyróżnia się również (25 października) czas, jaki tematyce OTK oraz protestów poświęciły „Fakty”. W tym dniu audycja emitowana na kanale TVN przedstawiła newsy o protestach w małych miastach i wsiach, konsekwencjach braku dostępu do aborcji oraz politykach, którzy podpisali się pod wnioskiem złożonym do TK.

**Wykres 4.** Pozycja materiałów informacyjnych poświęconych tematyce orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego i protestów w strukturze całej audycji, czyli w tzw. szpiglu, w badanych redakcjach.



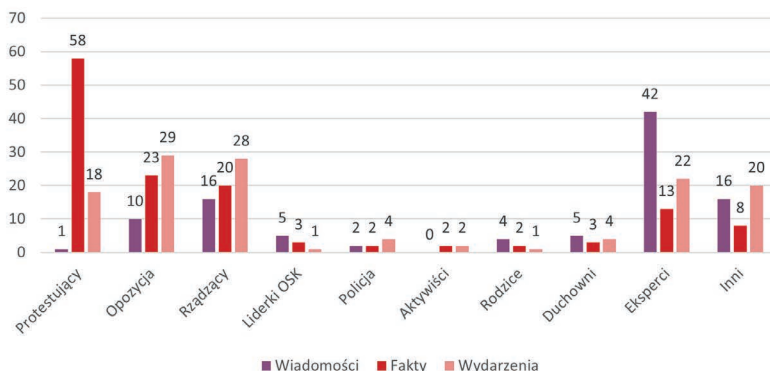
Źródło: opracowanie własne.

W przypadku „Wiadomości” materiały dotyczące demonstracji oraz wyroku TK zazwyczaj pojawiały się w środku wydania. Na pierwszych miejscach w audycji znalazły się łącznie trzy razy – pierwszy na pierwszym i drugi na drugim. W „Faktach” znajdowały się one na pierwszych trzech pozycjach w programie, z wyjątkiem dwóch, które znalazły się na ostatnich miejscach i opisywały protesty, lecz w mniej formalny sposób. Opowiadały one o firmach zamkniętych ze względu na odbywający się Strajk Generalny oraz aktywnościach, jakie podejmują demonstranci – taniec, blokowanie ulic i „pozdrawianie”. W „Wydarzeniach” materiały zazwyczaj pojawiały się na pierwszych miejscach i trzy razy umieszczone zostały w środku audycji. Warto zwrócić uwagę, że w agendzie materiały dotyczące strajku kobiet oraz OTK najczęściej sąsiadowały z newsami dotyczącymi pandemii oraz obostrzeń, a czasem nawet tematami, które w sposób pośredni odnosiły się do omawianej tematyki – w przypadku TVP były to np. zapowiedzi filmów *Nieplanowane* oraz *Każde życie jest cudem*, ale również materiał o niewinnieniu demonstranta, który pobił księdza, oraz o popularnych osobach, których matki zdecydowały się niedokonywanie aborcji<sup>1</sup>. W przypadku Polsatu po newsie o protestujących w szpiglu audycji umieszczono materiał o rodzinach z osobami z zespołem Downa, który Dorota Gawryluk zapowiedziała słowami: „Nie mają łatwo, a informacje dobiegające do nich z gazet i ulic sprawiają, że mają jeszcze trudniej. Rodziny dzieci urodzonych z zespołem Downa dzielnie walczą z przeciwnościami losu, a co ważniejsze – uważają, że miłość pokona wszystkie problemy”<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 31.10.2020.

<sup>2</sup> „Wydarzenia”, Polsat, data emisji: 28.10.2020.

**Wykres 5.** Rola osób cytowanych i wypowiadających się w „Wiadomościach”, „Faktach” i „Wydarzeniach”.



Źródło: opracowanie własne.

W „Faktach” prezentowano najwięcej wypowiedzi osób protestujących (58), natomiast najmniej w „Wiadomościach” – zaprezentowano słowa tylko jednej uczestniczki. „Wydarzenia” przytoczyły o 40 mniej wypowiedzi pochodzących od demonstrantów niż „Fakty”. Na wykresie 4 widoczne jest również, że w przypadku każdego programu najchętniej przytaczano słowa polityków należących do koalicji rządzącej, lecz nie są to znaczące różnice, porównując je do liczby wypowiedzi polityków partii opozycyjnych (największa w przypadku „Wiadomości”, gdzie różnica między wypowiedziami rządzących a opozycji wynosi 6). Łącznie najwięcej wypowiedzi opozycji i rządzących przytaczały „Wydarzenia” (57), potem „Fakty” (43), a najmniej „Wiadomości” (26). Co ciekawe, liderki OSK prezentowano w newsach najchętniej w wydaniach programu produkowanego przez Telewizję Polską (5), mniej w „Faktach” (3) i najmniej w „Wydarzeniach” (1). Jedną z wyróżniających się kategorii na wykresie dotyczy wypowiedzi ekspertów. W „Wiadomościach” przedstawiono ich najwięcej (42), o prawie mniej niż połowę przedstawiono w „Wydarzeniach” (22), a najmniej w „Faktach” (13).

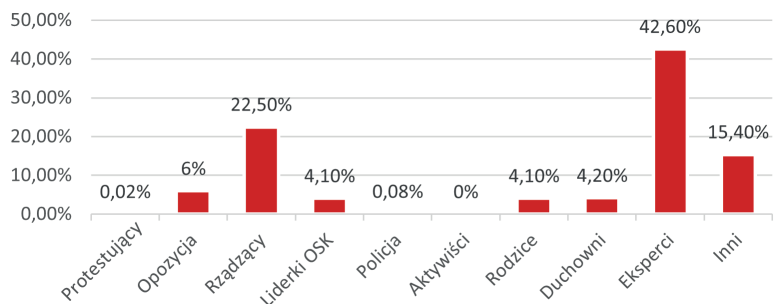
**Wykres 6.** Ekspertci w wybranych telewizyjnych programach informacyjnych.



Źródło: opracowanie własne.

Postanowiono przyrzeć się również roli osób występujących w wydaniach danych programów jako autorytet. Najwięcej wypowiedzi ekspertów zaprezentowano w „Wiadomościach”. Najczęściej byli to specjaliści (naukowcy lub działacze społeczni) oraz redaktorzy (np. periodyków „wPolityce” i „Sieci”). W „Faktach” zazwyczaj w roli eksperta pojawiali się specjaliści (12), tak samo w „Wydarzeniach” (15), w których zauważyć można było w tej roli również duchownych (5). Politycy w roli autorytetu wypowiadali się po jednym razie w analizowanych audycjach „Faktów” i „Wiadomości” oraz dwa razy w „Wydarzeniach”.

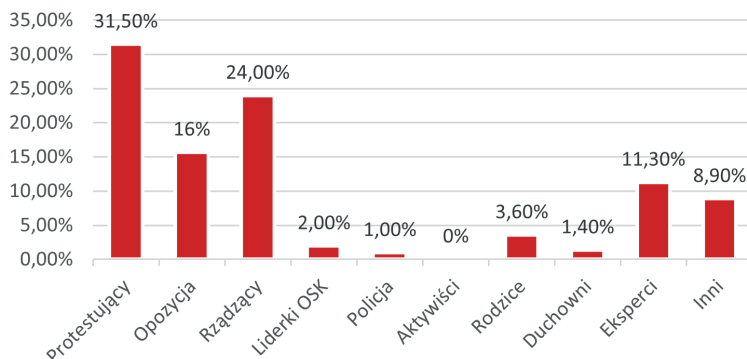
**Wykres 7.** Wypowiedzi wybranych grup w „Wiadomościach” mierzone w sekundach i wyrażone w procentach.



Źródło: opracowanie własne.

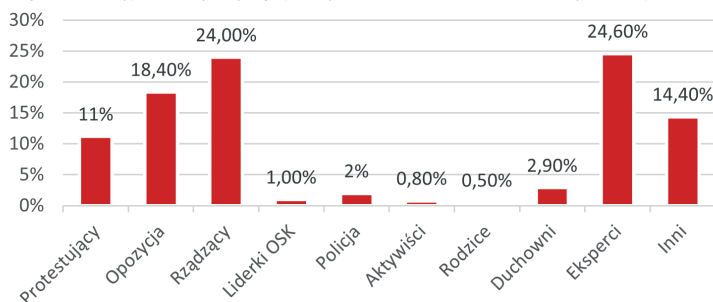
Na wykresie 7 zauważyć można, że w programie „Wiadomości” produkcji Telewizji Polskiej najwięcej czasu przeznaczono na słowa ekspertów (ok. 42,6%). Kolejną grupą w rankingu są rządzący (ok. 22,5%), a następnie grupa zdefiniowana jako inni (ok. 15,4%). Opozycja znalazła swoją reprezentację w postaci ok. 6% wypowiedzi, a duchowieństwo w ok. 4,2%. Stanowiska liderki zajęły ok. 4,1% tego czasu, czyli tyle samo co rodziców opowiadających o swoich doświadczeniach. Słowa protestujących, a właściwie jednej protestującej, kwalifikują się jedynie jako 0,2% wszystkich zaprezentowanych stanowisk i opinii. Warto zaznaczyć, że wypowiedź trwała zaledwie 2 sekundy, zawierała wulgaryzmy i w żaden sposób nie odnosiła się do omawianej problematyki.



**Wykres 8.** Wypowiedzi wybranych grup w „Faktach” mierzone w sekundach i wyrażone w procentach.

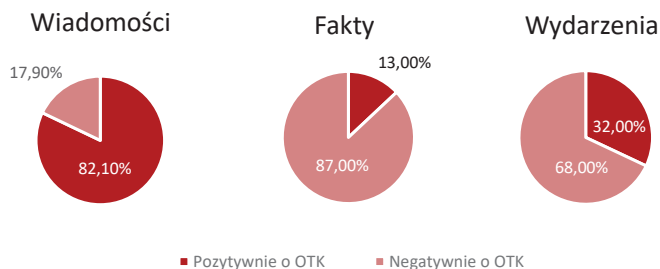
Źródło: opracowanie własne.

W programie „Fakty” najwięcej czasu przeznaczono na prezentację wypowiedzi osób uczestniczących w protestach (31,5%). Następnie najczęściej oddawano głos posłom z koalicji rządzącej (24%) oraz opozycji (16%). Wypowiedzi osób stawianych w roli autorytetu stanowią ok. 11,3%, innych 8,9%, rodziców opowiadających o swoich przeżyciach 3,6%, a liderki OSK ok. 2%.

**Wykres 9.** Wypowiedzi wybranych grup w „Wydarzeniach” mierzone w sekundach i wyrażone w procentach.

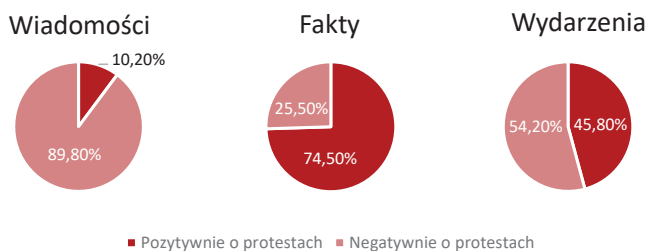
Źródło: opracowanie własne.

W audycji informacyjnej emitowanej przez Telewizję Polsat, podobnie jak w „Wiadomościach”, najwięcej czasu poświęcano na prezentację komentarzy i opinii ekspertów (ok. 24,6%). Niewiele mniej przeznaczono go dla rządzących (ok. 24%). Wypowiedzi członków opozycji stanowią ok. 18,4%, a osób zdefiniowanych jako „inni” ok. 14,4%. Opinie i komentarze grupy najbardziej zainteresowanych omawianym tematem, czyli protestujących, kształtują się na poziomie ok. 11%.

**Wykres 10.** Stosunek wypowiedzi „za” i „przeciw” w kwestii OTK mierzonych w sekundach i wyrażonych w procentach.

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 9 ukazuje, że telewizja publiczna nie zadbała o zrównoważone prezentowanie opinii i poglądów społeczeństwa. Aż 82,1% to wypowiedzi, które wyrażają poparcie w stosunku do OTK, a odmienne stanowiska stanowią jedynie 17,9%. W „Faktach” ta równowaga jest jeszcze mniejsza – 87% wypowiedzi odnosi się krytycznie do OTK, a 13% pozytywnie, lecz należy podkreślić, że ten program jest produkowany i emitowany przez nadawcę komercyjnego, którego ustawa o radiofonii i telewizji nie zobowiązuje do pełnienia misji publicznej. Największą równowagę w prezentowanych treściach zachowały „Wydarzenia” Polsatu, w których stosunek opinii „za” i „przeciw” kształtuje się 32% do 68%.

**Wykres 11.** Stosunek wypowiedzi „za” i „przeciw” w kwestii protestów mierzonych w sekundach i wyrażonych w procentach.

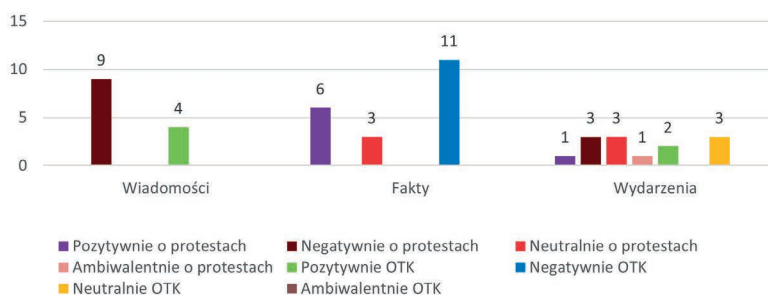
Źródło: opracowanie własne.

Wykres 10 pokazuje, że o zróżnicowanie poglądów prezentowanych w programie najbardziej zadbały „Wydarzenia”, w których zauważyć można przewagę ok. 8,2 pkt procentowych wypowiedzi negatywnie odnoszących się do protestów nad stanowiskami przychylniejszymi wobec tych wydarzeń. Inaczej sytuacja ukształtowała się w „Faktach”, gdzie różnica wyniosła o wiele więcej. Stosunek proporcji „za” i „przeciw” kształtuje się prawie 3/4 do 1/4. Najgorzej w wyważeniu opinii i komentarzy obu stron konfliktu

wypadły „Wiadomości”, w których prawie 90% wypowiedzi negatywnie odnosi się do protestów spowodowanych orzeczeniem Trybunału Konstytucyjnego.

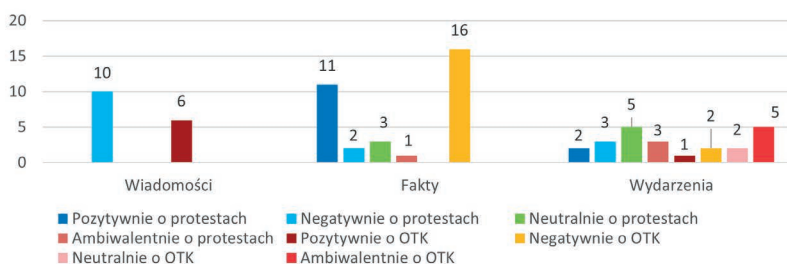
Porównując wykresy 9 i 10, można zauważyć, że w „Wiadomościach” Telewizji Polskiej w zdecydowanej większości przeważały wypowiedzi opowiadające się za decyzją Trybunału Konstytucyjnego i krytykujące protesty. W „Faktach” TVN jest zupełnie odwrotnie – przeważają stanowiska osób przeciwnych OTK oraz wyrażających poparcie dla protestów. Wyjątkiem są „Wydarzenia”, ponieważ zauważalna jest przewaga postawy krytycznej wobec OTK, ale też (już mniej zauważalna) wobec protestów.

**Wykres 12.** Wydzwięk zapowiedzi prezenterkich i belek tytułowych w „Wiadomościach”, „Faktach” i „Wydarzeniach” dotyczących OTK i protestów.



Źródło: opracowanie własne.

**Wykres 13.** Wydzwięk newsów w „Wiadomościach”, „Faktach” i „Wydarzeniach” w dotyczących do OTK i protestów.



Źródło: opracowanie własne.

Każda audycja na różne sposoby kreowała narrację wokół OTK i protestów. W „Faktach” oraz „Wiadomościach” przeważało jedno stanowisko i przy użyciu różnych narzędzi udowodniano jego słuszność. W programie telewizji komercyjnej jednoznacznie krytykowano decyzję sędziów Trybunału i przeważnie wspierano protestujących, a w publicznej aprobowano wyrok, a jego przeciwników oceniano negatywnie. Najbardziej zróżnicowane pod względem stosunku do orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego i demonstracji

były „Wydarzenia”. Można zatem stwierdzić, że sposób relacjonowania protestów odpowiadał temu, jak konstruowano przekazy dotyczące wyroku Trybunału Konstytucyjnego.

W newsach produkcji Polsatu wypowiedzi jednej ze stron konfliktu były często zestawiane ze stanowiskiem zupełnie przeciwnym. Dzięki temu odbiorcy mogli zrozumieć motywy, zwolenników i przeciwników zaostrożenia prawa aborcyjnego, co jest normalną praktyką dziennikarską, gdy dziennikarz chce przekazać stanowiska obu stron sporu. W dniu orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego wyemitowano newsa, w którym zapytano osoby z różnych środowisk o ich zdanie na temat podjętej decyzji, w tym dwóch lekarek o zupełnie przeciwnych opiniach. Mimo tych zabiegów wyraźnie wybrzmiewała potrzeba zmodyfikowania przepisów w taki sposób, aby aborcja w przypadkach ciężkiego i nieodwracalnego uszkodzenia płodu była możliwa, lecz z wyłączeniem zespołu Downa. Aby poprzeć tezę słowami eksperta, przytoczono wypowiedź byłego prezesa Trybunału Konstytucyjnego, Andrzeja Zolla. W tym momencie należy zaznaczyć, że pojawił się on w roli autorytetu również w dwóch pozostałych audycjach, ale w każdej z nich jego słowa wybrzmiewały zupełnie inaczej i popierały inne postawione przez dziennikarza tezy. W „Faktach” zdecydowanie krytykowano decyzję Trybunału Konstytucyjnego, w tym kwestionowano legalność wyboru sędziów w nim orzekających, dlatego dokonano cięcia wypowiedzi byłego prezesa TK tak, aby pozostało jedno zdanie: „Ten Trybunał Konstytucyjny nie został zgodnie z Konstytucją wybrany”<sup>3</sup>. „Wydarzenia” natomiast zaprezentowały wypowiedź, która odpowiadała przekonaniu o potrzebie kompromisu w formie modyfikacji przepisów: „Życie jest nienaruszalne, wobec tego aborcja zawsze będzie zła. Państwo z kolei swoimi przepisami prawnymi nie może zmuszać człowieka do heroizmu”<sup>4</sup>. Jeszcze inaczej słowa Andrzeja Zolla zaprezentowały „Wiadomości”. Tutaj dobrano je w ten sposób, aby wpasować w treść newsa i całkowicie poprzeć nimi decyzję TK: „Dzieckiem jest istota, jest człowiek od poczęcia do pełnoletności”<sup>5</sup>.

„Wiadomości” odnosiły się do protestujących negatywnie, „Fakty” w zdecydowanej większości pozytywnie, a „Wydarzeniach” widoczny był pewien dystans i krytyczne podejście do bardziej radykalnej formy protestów, jaką jest niszczenie mienia i zakłócanie przebiegu nabożeństw. Bez wątpienia protesty przed i w kościołach wywołały wiele kontrowersji. W „Wydarzeniach” powstał na ten temat news, w którym głównym tematem był wandalizm i agresja

<sup>3</sup> „Fakty”, TVN, data emisji: 23.10.2020.

<sup>4</sup> „Wydarzenia”, Polsat, data emisji: 27.10.2020.

<sup>5</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 23.10.2020.

protestujących ukierunkowane na świątynie i ich „obrońców”. Przedstawiono zdjęcia poszkodowanego oraz krytyczną wypowiedź Szymona Hołowni na temat demonstrantów. Głos zabrał też Aleksander Hall, współautor tzw. kompromisu aborcyjnego z 1993 roku, który stwierdził, że „zakłócanie tego wydarzenia to jest rodzaj barbarzyństwa”. Materiał zakończono komentarzem dziennikarza: „Bo dialog, nie przemoc, jest najlepszą formą wymiany poglądów”, odnosząc się jednocześnie do zaprezentowanego nagrania, na którym ksiądz wychodzi do tłumu, aby powiedzieć „Ja jestem przeciwko PiS-owi też”. Wydzźwięk materiału był zdecydowanie niekorzystny dla całej idei protestów, lecz został zneutralizowany przez kolejny news w strukturze programu, w którym głos oddano jednostkom obecnym na demonstracji m.in. w Poznaniu, Szczecinie i Łomży, opowiadającym o powodach ich uczestnictwa w zgromadzeniach, czyli o wolności wyboru i solidarności. Dzięki temu zabiegowi odbiorca mógł dowiedzieć się, że ideą protestów nie jest wandalizm i przemoc, tylko manifestowanie swojego sprzeciwu wobec zmieniającego się prawa<sup>6</sup>.

Ciekawą kwestią są określenia, którymi opisywani są demonstranci w analizowanych audycjach informacyjnych. W programie Telewizji Polskiej padały sformułowania, takie jak „zadymiarze”<sup>7</sup>, „uliczni bojówkarze” i „zwolennicy zabijania dzieci przed narodzeniem”<sup>8</sup>, a w „Faktach” mówiono o nich jako o „walczących o prawo wyboru kobietach” oraz o rodzicach, „którzy w tym przypadku wyjechali na ulicę i wstrzymali ruch, by stanąć w obronie praw swoich dzieci”<sup>9</sup>. Dziennikarze „Wydarzeń” powstrzymywali się od oceniania przeciwników i zwolenników aborcji, mówiąc za to o tym, że „aby zejść z poziomu emocji ulicznych, należy porzucić język, mówiący o fundamentalistach, czy z drugiej strony o mordującym lewactwie”<sup>10</sup>.

OTK i protesty stały się też tematem, przez pryzmat którego można było odnieść się do polityków partii rządzącej oraz opozycji. W „Faktach” przekonywano, że „[...] 13 wybranych przez PiS sędziów na wniosek posłów PiS w kilka godzin zdecydowało o ich prawach”<sup>11</sup>, oraz że „[...] powszechne lekceważenie to niemal oficjalna polityka rządu wobec polskich kobiet”<sup>12</sup>. W „Wiadomościach” twierdzono natomiast, że „widać wyraźnie, że politycy opozycji stracili szacunek do Konstytucji, kiedy okazało się, że jej zapisy

<sup>6</sup> „Wydarzenia”, Polsat, data emisji: 28.10.2020.

<sup>7</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 25.10.2020.

<sup>8</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 31.10.2020.

<sup>9</sup> „Fakty”, TVN, data emisji: 27.10.2020.

<sup>10</sup> „Wydarzenia”, Polsat, data emisji: 23.10.2020.

<sup>11</sup> „Fakty”, TVN, data emisji: 27.10.2020.

<sup>12</sup> „Fakty”, TVN, data emisji: 25.10.2020.

im nie odpowiadają”<sup>13</sup>, a do tego „politologdy podkreślają, że opozycja postawiła na strategię chaosu, chce wywołać ostry społeczny konflikt, dlatego stale podkręca temperaturę sporu, np. atakując prezesa PiS”<sup>14</sup>. W programie Polsatu wskazywano na przypadki agresji protestujących wobec „obrońców kościoła”. Podsumowano je słowami: „Dlatego coraz więcej apeli o opamiętanie i zmianę taktyki protestujących i opozycji”<sup>15</sup>.

Wiele emocji w mediach wywołało posiedzenie Sejmu, podczas którego posłanki Lewicy zaprotestowały na mównicy, a R. Terlecki skomentował znak Strajku Kobiet widniejący na maseczkach posłanek i posłów opozycji przyrównując go do znaku SS. W „Wiadomościach” poparto słowa marszałka i przedstawiano zdjęcia, które miały udowodnić jego spostrzeżenie. Dodatkowo zaprezentowano wypowiedź księdza, który cytując Biblię, tłumaczył, że chrześcijanom błyskawica kojarzy się tylko szatanem<sup>16</sup>. Inaczej zareagowano w „Faktach” – zaprezentowano kontrargument, przypominając o symbolu Szarych Szeregów oraz logo zespołu AC/DC<sup>17</sup>. „Wydarzenia” nie podejmowały prób polemizowania ze słowami wicemarszałka. Przedstawiona została jedynie relacja z tych wydarzeń, bez dodatkowych komentarzy i opinii.

Warto zwrócić uwagę, jakie podejście miały analizowane media do protestów w tak wyjątkowym czasie, jakim była pandemia COVID-19. W „Faktach” krytykowano TK i rząd za termin, w jakim zaplanowano rozprawę. Jako przykład może posłużyć materiał, w którym przytoczona została wypowiedź prezesa Rady Ministrów, który wskazywał, że „protesty muszą być ograniczone zasadami epidemii”<sup>18</sup>. Dziennikarz skomentował jego wypowiedź słowami: „Tych protestów by nie było, gdyby posłowie PiS-u nie wystosowali wniosku antyaborcyjnego do TK, a Julia Przyłębska, którą Jarosław Kaczyński nazywał swoim odkryciem towarzyskim, nie uznała, że tak delikatna i kontrowersyjna decyzja powinna zapadać w takim trybie w czasie pandemii”<sup>19</sup>. Z kolei w „Wiadomościach” za zgromadzenia w czasie pandemii krytyka spadła na protestujących: „Wszystko to podczas pandemii mimo zakazu zgromadzeń, mimo ostrzeżeń lekarzy i policji [...]. Proaborcyjny protest przybiera coraz bardziej agresywną twarz”<sup>20</sup>. W celu wzmocnienia wydzźwięku przypomniano o trudnej sytuacji pandemicznej Włoch, pokazując ujęcia ciężarówek, które

<sup>13</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 27.10.2020.

<sup>14</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 28.10.2020.

<sup>15</sup> „Wydarzenia”, Polsat, data emisji: 28.10.2020.

<sup>16</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 28.10.2020.

<sup>17</sup> „Fakty”, TVN, data emisji: 27.10.2020.

<sup>18</sup> „Fakty”, TVN, data emisji: 27.10.2020.

<sup>19</sup> „Fakty”, TVN, data emisji: 27.10.2020.

<sup>20</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 31.10.2020.

wywoziły zwłoki zmarłych na COVID-19. Następnie wskazano, że im więcej zakażeń, tym bliżej do zamykania kolejnych gałęzi gospodarki, a wstrzymane inwestycje i mniejsze wpływy do kasy państwa mogą skutkować ograniczeniem np. programu 500+ oraz trzynastych i czternastych emerytur<sup>21</sup>. W „Wydarzeniach” podczas omawiania „Marszu na Warszawę” wdano się w polemikę ze słowami premiera na temat zagrożenia, jakie stwarzają zgromadzenia na świeżym powietrzu. Mateusz Morawiecki przestrzegał wtedy o niebezpieczeństwie stwarzanym przez protesty, przytaczając statystyki zachorowań na COVID-19 w USA i wskazując na ich wzrost po protestach ruchu „Black Lives Matter”. W odpowiedzi dziennikarz powołał się na inne badania, które wskazywać miały, że wpływ pikiet odbywających się na otwartej przestrzeni na wzrost zachorowań jest minimalny<sup>22</sup>.

W „Wiadomościach” oraz „Faktach” można było zaobserwować największą różnicę w kreowanych narracjach wokół OTK oraz protestów. W programie Telewizji Polskiej, aby wzmocnić negatywny wydźwięk, skoncentrowano uwagę na liderce OSK – Marcie Lempart. Wskazano, że „za rządów Donalda Tuska pracowała w ministerstwie pracy i polityki społecznej oraz w państwowym funduszu rehabilitacji osób niepełnosprawnych. Dziś walczy o zabijanie niepełnosprawnych dzieci nienarodzonych”. Podkreślano jej negatywny stosunek do instytucji Kościoła w Polsce, a pod koniec newsa pokazano post na profilu „Światowego Zakonu Szatana”, który planuje odprawienie „czarnej mszy o zwycięstwo aborcji w Polsce i w intencji sił, które protestują na ulicach, sił, które czasami same niechcący pokazują prawdziwą twarz”, a następnie zaprezentowano zdjęcie banera z protestów: „wspieramy piekło”<sup>23</sup>.

Zupełnie przeciwny, pozytywny wydźwięk wokół protestów budowano w „Faktach”, odnosząc się z sympatią do uczestników demonstracji. W próbie badawczej znalazły się dwa materiały, które skupiały się wyłącznie na pozytywnych aspektach tych przedsięwzięć. W jednym z nich protestujący wykrzykujący wulgarne hasła skierowane do partii rządzącej opisani zostali jako „spacerowicze”, którzy „pozdrawiają serdecznie”, oraz jako „miłe towarzystwo przemieszczające się tłumami pod oknami”. Dziennikarz wskazał do tego, że „iść można, ale nie trzeba. Grunt, że jest potrzeba zmanifestowania jakkolwiek, skądkolwiek i czymkolwiek”<sup>24</sup>.

<sup>21</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 31.10.2020.

<sup>22</sup> „Wydarzenia”, Polsat, data emisji: 31.10.2020.

<sup>23</sup> „Wiadomości”, TVP, data emisji: 31.10.2020.

<sup>24</sup> „Fakty”, TVN, data emisji: 27.10.2020.

## PODSUMOWANIE

Analizie poddano sposób relacjonowania w telewizyjnych programach informacyjnych demonstracji odbywających się w wielu polskich miastach, które zostały określone przez „New York Times” jako „największe demonstracje w kraju od upadku komunizmu w 1989 roku” (Strajk Kobiet. *Zagraniczne...*, 2020). Były to niezwykle ważne wydarzenia, które podzieliły społeczeństwo, w tak trudnym czasie, jakim była pandemia COVID-19. Postawiona została hipoteza, że sposób relacjonowania wydarzeń przez wybrane media informacyjne będzie zależał od ich opcji politycznej, z którą utożsamiają się ich właściciele, zarządzający i dziennikarze. Założono więc, że nadawca publiczny w programie „Wiadomości” będzie krytycznie odnosił się do protestów, a próbując do orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego, „Fakty” TVN będą tworzyć narrację zupełnie odwrotną, a „Wydarzenia” Polsatu będą utrzymywać dystans i balansować stanowiska stron konfliktu. Z powyższej analizy wynika, że założenia badaczek były słuszne.

Pierwszym wnioskiem z przeprowadzonej analizy jest stwierdzenie, że w żadnym z badanych programów nie zastosowano się całkowicie do jednej z najważniejszych zasad etycznego dziennikarstwa, czyli obiektywizmu. Programy informacyjne już ze specyfiki swojego charakteru powinny dostarczać widzowi informacje, a nie gotowe poglądy i opinie w poruszanych kwestiach. Drugi wniosek jest taki, że sposób relacjonowania protestów po orzeczeniu Trybunału Konstytucyjnego w badanych audycjach informacyjnych przekładał się na orientację polityczną nadawców, widoczną poprzez specyfikę ich grup odbiorców charakteryzujących się określonymi preferencjami politycznymi, które zaprezentowane zostały na etapie doboru próby do badań.

W „Faktach”, które cieszą się popularnością wśród sympatyków partii opozycyjnych, wyraźnie krytykowano nie tylko orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego, ale również rządzących. W programie tego nadawcy komercyjnego można było zaobserwować całkowitą negację nie tylko słuszności wydanego orzeczenia, ale i legalności oraz niezależności instytucji, która tego dokonała, co widać i słyszać było już w samym określeniu „Trybunał Konstytucyjny Julii Przyłębskiej”. Przekaz był stronniczy i w sposób jawny okazywano solidarność z jedną ze stron konfliktu. Tezę o negatywnych konsekwencjach wyroku uzasadniano licznymi przykładami, przede wszystkim opiniami różnych środowisk, w tym – wyróżniając się na tle pozostałych programów – największą liczbą wypowiedzi osób uczestniczących w protestach. Zaangażowanie nadawcy było widoczne również w odniesieniu do czasu,



jaki poświęcono na emisję newsów o tematyce wyroku oraz demonstracji, ponieważ stanowiły one średnio aż 37% jednego wydania i zazwyczaj znajdowały się na pierwszych pozycjach w programie.

Co do realizacji funkcji informacyjnej polegającej na respektowaniu zasad pluralizmu wobec omawianych wydarzeń najlepiej wypadły „Wydarzenia”, w których proporcje prezentowanych wypowiedzi „za” i „przeciw”, choć niekoniecznie równe, wskazują, że to właśnie w audycji Polsatu najlepiej zadbano o możliwość zaprezentowania przeciwstawnych opinii, dzięki czemu odbiorca przekazu sam mógł ukształtować swoje poglądy w tej niezwykle trudnej i problematycznej sprawie. Przekazy konstruowane przez wskazanego nadawcę komercyjnego nie były wzorem neutralności, zawierały sugestie na temat tego, co jest odpowiednie, a co nie, i sugerowały, co należałoby zmienić, lecz widoczna była chęć zrozumienia stanowiska każdej ze stron poprzez udzielanie im głosu i próbę dojścia do kompromisu w tak delikatnej kwestii, jaką jest dostęp do aborcji i wiążący się z nią spór światopoglądowy.

W „Wydarzeniach” potrzeba dialogu wybrzmiewała bardzo często, w przeciwieństwie do „Wiadomości”, których specyfika jako programu telewizji publicznej powinna dawać obywatelom możliwość prezentacji i wymiany argumentów, co sprzyjałoby swobodnemu kształtowaniu się poglądów społeczeństwa. Można więc stwierdzić, że Polsat w „Wydarzeniach” zastosował się lepiej do wytycznych ustawy o radiofonii i telewizji w kontekście nadawcy publicznego niż Telewizja Polska, która zamiast łagodzić burzliwe emocje i kierować się zasadą obiektywizmu, przedstawiając motywy obu stron konfliktu i nie narzucając przy tym gotowych sądów i opinii, swoimi przekazami jednoznacznie i dość brutalnie krytykowała protestujących oraz przeciwników orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego. Takie postępowanie mogło przełożyć się na wyraźną niechęć, a nawet wrogość w stosunku do demonstrantów wśród sympatyków „Wiadomości”, gdyż dość klarownie wybrzmiał podział społeczeństwa na dobrych i złych, czyli np. „obrońców kościoła” oraz „zadymiarzy”, którzy są zagrożeniem dla wolności i prawidłowego funkcjonowania państwa. Obraz protestów wykreowany przez TVP miał dowodzić, że sprzeciw kobiet wobec zaostrzenia prawa aborcyjnego ma obalić rząd i doprowadzić do anarchii. Na przekazywane komunikaty wpływały również liczne opinie ekspertów popierających tezę narzuconą przez publicznego narratora. W przekazach „Wiadomości” TVP wybrzmiało założenie, że to właśnie opozycja popycha społeczeństwo do manifestowania swojego niezadowolenia na ulicach, a pomijano w zupełności powody i obawy, w związku z którymi Polki i Polacy zdecydowali się na takie działania, ryzykując przy tym swoje zdrowie i życie.

Podsumowując powyższe konkluzje, można wywnioskować, że najbardziej rzetelnym programem informacyjnym w relacjonowaniu protestów społecznych, tworzącym możliwość ukształtowania poglądów przez samych odbiorców, okazały się „Wydarzenia” Polsatu. W przypadku „Faktów” produkcji TVN, przekaz był zdecydowanie bardziej stronniczy, jednoznacznie wskazujący widzom słuszność określonych sądów i opinii. Najmniej obiektywne okazały się „Wiadomości” TVP, co do których oczekiwania były zdecydowanie wyższe, ponieważ ustawa o radiofonii i telewizji zobowiązuje nadawcę publicznego m.in. do prezentowania zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz sprzyjania swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli, formowaniu się opinii publicznej i integracji społecznej (art. 21 u.r.t.), czego nie wymaga od nadawców komercyjnych.

## BIBLIOGRAFIA

- Awantura w Sejmie. Protest posłanek Lewicy i wykluczenia z obrad* [WIDEO]. Pobrane z: <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2020-10-27/awantura-w-sejmie-poslowie-ko-wykluczeni-z-obrad-wideo/> [data dostępu: 15.10.2022].
- Czarnecka, K. (2020). *Dlaczego strajki kobiet są tak masowe? Co je wciąż napędza?*. Pobrane z: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1979390,1,dlaczego-strajki-kobiet-sa-tak-masowe-co-je-wciaz-napedza.read> [data dostępu: 15.10.2022].
- Dobek-Ostrowska, B. (2011). *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Chrobak, P. (2012). Paralelizm polityczny mediów lokalnych w Świnoujściu i Gryficach w pierwszej połowie 2012 roku. *Edukacja Humanistyczna 2*.
- Klepka, R. (2018). Obrazy polityki w mediach. Podstawowe uwarunkowania (s. 16–20). [w:] R. Klepka (red.). *Medialne obrazy świata. Wybrane problemy społeczno-polityczne w mediach*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Klimkiewicz, B. (2018). Analiza systemowa na przykładzie badań pluralizmu mediów (s. 302–305). [w:] A. Szymańska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess (red.), *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*. Kraków: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej.

- Kowalski, T. (2017). Koncepcje pluralizmu mediów i polityki mediowej w warunkach rozwoju platform cyfrowych. *Studia Medioznawcze*, 2.
- Kublik, A. (2020). *Kaczyński gada Od Rzeczy. Przeraza i Straszy*. Porane z: <https://wyborcza.pl/7,75968,20154391,kaczynski-gada-od-rzeczy-przeraza-i-straszy.html> [data dostępu: 06.08.2021].
- Nycz, M. (2020). *Strajk Kobiet. Zamieszki w Warszawie. Ataki na protestujących, ponad 30 osób zatrzymanych*. Pobrane z: [https://www.rmf24.pl/raporty/raport-strajk-kobiet/news-strajk-kobiet-zamieszki-w-warszawie-ataki-na-protestujacych-,nId,4825360#crp\\_state=1](https://www.rmf24.pl/raporty/raport-strajk-kobiet/news-strajk-kobiet-zamieszki-w-warszawie-ataki-na-protestujacych-,nId,4825360#crp_state=1) [data dostępu: 15.10.2022].
- Oniszczuk, Z. (2011). Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji, *Studia Medioznawcze*, 4.
- Oświadczenie Kaczyńskiego: Musimy bronić naszych kościołów za każdą cenę*. Pobrane z: <https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/artykuly/1494648,kaczynski-zabral-glos-ws-wyroku-tk-innego-bycnie-moglo.html> [data dostępu: 15.10.2022].
- Pawlik, G. (2009). Stronniczość polityczna mediów w demokracji (s. 147–148). [w:] M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk (red.), *Mediatyzacja kampanii politycznych*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Seklecka, A. (2011). *Polityka – media – manipulacja medialna. Przypadek Polski po 1989 roku*. Toruń: Adam Marszałek.
- Skarżyńska, K. (2002). Co robi z nami telewizja?. *Kultura Popularna*, 2.
- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji. Tekst jedn.: Dz.U. z 2022 r. poz. 1722 (skrót: u.r.t.).
- Skąd Polacy czerpią informacje?*. Pobrane z: <http://ibims.pl/skad-polacy-czerpia-informacje-o-polsce-i-swiecie-raport-ibims-i-ibris/> [data dostępu: 01.08.2021].
- Strajk Kobiet. Zagraniczne media o piątkowych protestach w Polsce*. Pobrane z: <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2020-10-31/strajk-kobiet-zagraniczne-media-o-piatkowych-protestach/> [data dostępu: 05.08.2021].
- Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 22 października 2020 r., K 1/20, „Orzecznictwo Trybunału Konstytucyjnego. Seria A” 2021, nr 1.
- Wyrok Trybunału ws. aborcji. Kinga Duda zabrała głos*. Pobrane z: <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2020-10-28/wyrok-tk-ws-aborcji-kinga-duda-zabrala-glos/?ref=article> [data dostępu: 20.07.2021].
- Zielińska, D. (2020). *Monitor Pluralizmu Mediów 2020*. Pobrane z: <https://sdp.pl/monitor-pluralizmu-mediow-2020/> [data dostępu: 15.05.2021].

Hamid Tabaei

INDEPENDENT RESEARCHER

 0000-0001-6033-8976

[info@hamidtabaei.com](mailto:info@hamidtabaei.com)

## Challenges and Benefits of Tele-therapy and Using Digital World in Art Therapy Practice: An Integrative Review

Wyzwania i korzyści płynące z teleterapii i wykorzystania świata cyfrowego w praktyce arteterapeutycznej. Przegląd integracyjny

### ABSTRACT

**Objective:** Considering that the capabilities of technology to conduct psychotherapy remotely are expanding, practitioners could benefit from discussions on the pros and cons of using cyberspace in art therapy. Thus, the aim of this integrative review is to present and contrast the negative and positive features of online art therapy.

**Methods:** An integrative review of peer-reviewed literature on the use of digital technology in psychotherapy and art therapy was conducted. Not only studies that presented empirical outcomes were included but also observational and qualitative studies in which the effectiveness of e-therapy and online art therapy has been evaluated were considered.

**Results:** The literature review indicates high clients' and therapists' acceptance and multiple positive aspects of this method of psychotherapy such as cathartic pleasure and multimodal expression environment. Nevertheless, art therapists wishing to conduct psychotherapy online face some challenges, including lack of tactile qualities and difficulty in managing and handling crisis situations at a distance.

**Conclusion:** Although cyberspace provides the freedom of expression for clients and art therapy services are available around the world, the need of technology proficiency limits the access to this type of therapy. Additionally, ethical concerns include reduced trust in a therapeutic relationship and losing the control over conducting online psychotherapy sessions in crisis. However, reducing clients' resistance to online therapy can become possible by using convenient technologies. Moreover, participants of online art therapy can be more autonomous, despite the lack of tangible physical engagement with online media that leads clients to disconnecting from social interaction.

**KEYWORDS: ART THERAPY, DIGITAL TECHNOLOGY, DIGITAL ARTS MEDIA, TELEHEALTH, ONLINE THERAPY, INTEGRATIVE REVIEW**

### ABSTRAKT

Biorąc pod uwagę, że współczesne technologie umożliwiają prowadzenie psychoterapii na odległość, ważna dla jej praktyków staje się dyskusja na temat wad i zalet wykorzystania do tego celu cyberprzestrzeni. Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie negatywnych i pozytywnych cech arteterapii w formie online. Tekst bazuje na integracyjnym przeglądzie recenzowanej literatury na temat wykorzystania technologii cyfrowych w psychoterapii i terapii sztuką. Uwzględniono nie tylko badania, które przedstawiały wyniki empiryczne, ale także badania obserwacyjne i jakościowe, w których oceniano skuteczność e-terapii i arteterapii online. Wyniki badań wskazują na wysoką akceptację klientów i terapeutów oraz pozytywne

Tabaei, H. (2022),  
Challenges and Benefits of Tele-  
therapy and Using Digital  
World in Art Therapy Practice:  
An Integrative Review,  
*com.press*, 5(2), s. 60–73.

DOI: 10.51480/compress.2022.5-1.472

[www.compress.edu.pl](http://www.compress.edu.pl)

aspekty związane z tą metodą prowadzenia psychoterapii, takie jak przyjemność katartyczna i multimodalne środowisko ekspresji. Niemniej jednak, terapeuci sztuki chcący prowadzić psychoterapię w trybie online napotykać na szereg wyzwań, w tym brak walorów dotykowych oraz trudności w zarządzaniu i radzeniu sobie z sytuacjami kryzysowymi na odległość. Mimo, że cyberprzestrzeń zapewnia wolność ekspresji dla klientów i usług terapii sztuką na całym świecie, potrzeba biegłości technologicznej ogranicza dostęp do terapii. Dodatkowo, istnieją obawy etyczne, polegające na zmniejszonym zaufaniu w relacji terapeutycznej i utracie kontroli nad prowadzeniem sesji psychoterapii kryzysowej w formie online.

**SŁOWA KLUCZOWE: ARTETERAPIA, TECHNOLOGIA CYFROWA, CYFROWE MEDIA ARTYSTYCZNE, TERAPIA ONLINE, PRZEGLĄD INTEGRACYJNY**

## INTRODUCTION

Castelnuovo, et al have proposed that “telehealth is the use of telecommunications and information technologies to provide access to health information, assessment, diagnosis, intervention, consultation, supervision, education and follow-up programs across geographical distance” (Castelnuovo, et al., 2004, p. 16). And also, “a wide array of telehealth services is currently offered across diverse settings, including hospitals, community mental health centers, long term care facilities, schools, prisons, and rural health centers” (Glueckauf, Pickett, Ketterson, Loomis, & Rozensky, 2003, p. 160) However, As Carlton (2014) noted, the process of digital media adoption in art therapy is slow (Carlton, 2014), as well as “research has been developing relatively slowly and has not yet been systematized” (Zubala, Kennell, & Hackett, 2021, p. 2).

According to McNiff (1999): “art therapy, with its often-limited physical resources and its generally conservative approach to media, has yet to realize the opportunities offered by the digital era” (McNiff, 1999, p. 197). In addition, the advantages provided by cyber space are frequently accompanied by resistance stemming from art therapists’ worries about ethics, privacy, and other specific difficulties of online art therapy session (Zubala & Hackett, 2020), however, practitioners in art therapy who switched to remote delivery have argued that despite its potentially enormous implications for art therapy practice is perhaps not yet sufficiently researched about it (Kapitan, 2011). Thus, art therapists, clinical practitioners, and researchers need to be aware of features and factors of telehealth-based assessments tools and remote delivery including the lack of physical presence, technological issues, and

also procedural issues (Luxton, Pruitt, & Osenbach, 2014) to assure optimal and competent of this tool of therapy.

Since the triangular therapeutic relationship, (therapist, the client and the artwork) (Schaverien, 2011) plays the key role process of art therapy, the transformation of this method to the online sessions is not recommended. However, it has been argued that distance delivery can be employed for art therapy practice because of increasing ease of sharing images via online channels and non-reliance on verbal communication, and also “due to dealing with symbols, metaphors and projections, which can manifest irrespective of medium used” (Zubala & Hackett, 2020, p. 2).

## AIMS

The aim of the current paper is to put the advantages of using digital technology in art therapy in front of its challenges to demonstrate a wide range of features of this space for practitioners and media specialists, (See table 1 for a summary.). As Zubala and Hackett debate “therapists’ willingness to adopt new digital media for therapy only once their benefits for clients and any risks are known” (Zubala & Hackett, 2020, p. 162). It is therefore important to consider academic theory and research in relation to online counselling methods and art therapy via technology approaches to help further our understanding of the possible effectiveness of online art therapies. To approach this target, we seek to address the following questions:

1. What are the benefits of digital world for art therapy according to research so far?
2. What are the challenges and drawbacks of using cyber space in art therapy session?

## METHODS

As the area which set to explore was relatively unique, the author expected that any published research accounts were likely to include a variety of study designs which tend to draw upon diverse methodologies and beyond qualitative and quantitative paradigms thus we chose an integrative review framework. And also, search string on the following databases: APA PsycInfo, JSTOR and Google Scholar search included the five elements: cyber-therapy, teletherapy, e-therapy, art therapy and digital technology. Finally, we included

the articles if they concerned the use of digital technology in art therapy practice with clients which reported outcomes observed through empirical study, regardless of whether these were investigated using quantitative, qualitative, mixed or arts-based methods, but articles were excluded if they were PhD theses, dissertations or book chapters.

## **ADVANTAGES OF INCLUDING DIGITAL TECHNOLOGY IN ART THERAPY SESSION**

To stress the general advantage of using Internet-based tools in psychology, according to Castelnovo (2003) here four main features are reported:

1. The possibility to provide health information and services across geographical distance for underserved population
2. The possibility to increase the quality of health information and services in particular areas or for specific populations.
3. The possibility to ensure a continuous medical and psychological service overall for chronic disabilities reducing the cost of an extended traditional assistance.
4. The growing trend of patients' preference towards accessing therapy via a home-based computer system. (Glueckauf, Pickett, Ketterson, Loomis, & Rozensky, 2003, p. 162)

However, to explain the accurate benefits of digital technology specifically cyber space in art therapy practice, in this chapter we discuss of specific value that relate to the uses of technology in art therapy practice.

### **ACTIVE PARTICIPANTS**

Several studies have revealed that telehealth causes the shift in the triangular relationship, that reduces the attention on the therapist/patient relationship and emphasizes the attention on the patient/artwork relationship (Schaverien, 2011). Which means participants playing a more active role in their own treatment process and have a greater autonomy within therapy sessions (Zubala, Kennell, & Hackett, 2021), as well as rely more heavily upon verbal descriptions of their artworks, that often leads to improved communication (Levy, et al., 2018). More importantly, it seems that “an art therapist facilitating an online group would generally be more active, expressing in words many things that would be expressed non-verbally in an in-person group” (Collie, et al., 2016, p. 10)

### THE THERAPY BEYOND BORDERS

Not only online health services reduce gaps of quality in treatments between different demographic groups (Glueckauf, Pickett, Ketterson, Loomis, & Rozensky, 2003), but also a number of studies have found that online mode of delivery has the potential to not only bridge geographical distances by expanding access to services (Collie, et al., 2016), as well as, makes art therapy approachable to clients regardless of barriers such mobility disability, stigma (Spooner, et al., 2019) or someone who is feeling emotionally isolate (Collie, et al., 2016). Equally important, it is also observed that “the semi-anonymity of an online group might in fact increase a sense of privacy, particularly for those who are worried about being judged by appearance” (Zubala, Kennell, & Hackett, 2021, p. 13).

### MULTIMODAL EXPRESSION ENVIRONMENT

A careful study of the literature reveals that, expressive qualities of the digital arts media can be empowering, not only because of providing the freedom of expression environment without the constraints of the physical and material world but also by providing opportunities to create digital art making (Kaimal, et al., 2020), that subsequently can facilitate multimodal expression not limited to images (Collie, et al., 2016). Besides “playfulness of the artmaking process and creative exploration was another positive aspect of engaging with digital arts media noted in the literature” (Zubala, Kennell, & Hackett, 2021, p. 14).

### CATHARTIC PLEASURE

As Schaper (1968) explained, in one sense “catharsis means *purgation*, which is sign of getting rid of disturbances by removing their causes. And in the second sense, catharsis is said to mean *purification*, and this meaning derives from a religious context of cleansing the spirit and sublimating the emotions in order to prepare for or to achieve a state of exaltation” (Schaper, 1968, p. 132). In addition, according to Aristotle’s catharsis theory pleasure through catharsis, is produced by works of art which are well-made tragedies. Catharsis is the telos of tragedy, the end towards which the formal artefact is functionally directed. In Aristotle’s theory catharsis is part the definition of tragedy: “an imitation of an action” with incidents arousing pity and fear, where with to accomplish its catharsis of such emotions (Schaper, 1968, p. 131).

It has been also argued that, clients during the art therapy with technology are eager to demonstrate others what they have done and even “they forget the psychologically revealing nature what they have created and instead became



fixated on the immediate cathartic pleasure of having created something “really cool” (Alders, Beck, Allen, & “Basia” Mosinski, 2011, p. 167).

### **MESS-FREE, AND USER-FRIENDLY THERAPEUTIC RELATIONSHIPS WITH LOW COST**

In general, as observed from prior studies, the rapid development of Internet and new communication technologies and also the widespread presence of “user friendly” computers are having a growing impact on the process of psychology and psychotherapy, and allows more professionals, psychologists and psychotherapists to use the Internet and other technological tools in the field of psychology (Castelnuovo, et al., 2004). Moreover, previous studies have reported that reducing client’s resistance to therapy has been always the main target of therapists that will become possible by the use of technology in therapy with the process of art making (Orr, 2012). In addition to this, some studies found a positive impact of online mode of art therapy on developing therapeutic relationships which can be caused by considering the client’s home environment by the therapist as well (Levy, et al., 2018) and it seems plausible that people could communicate effectively online even when the content of their communication is fraught with affective intensity (Castelnuovo, et al., 2004). Furthermore, there are indications that “creating art in a home setting might lead to increased engagement in arts processes on a more regular basis and between therapy sessions” (Zubala, Kennell, & Hackett, 2021, p. 13). And finally, until recently the considering issue of not including technology in art therapy practice was the cost of equipment, ranging from electronic art tools to the internet access fees however, some practitioner believed that “an Internet-based interaction between a therapist and a patient could avoid a physical contact and saving economical, social and individual costs” (Castelnuovo, et al., 2004, p. 4).

### **CHALLENGES, DRAWBACKS AND CONCERNS OF INCLUDING DIGITAL TECHNOLOGY IN ART THERAPY SESSION**

Brenes and et al argued that working in a manner that seems so untraditional seems the main cause of not applying digital sphere in psychotherapy (Brenes, Ingram, & Danhauer, 2011). More importantly, Collie (2017) explained that as another concern, it seems be harder to create a safe emotional container in a cyberspace than in traditional mode (face-to-face), therefore

this vulnerability needs to be addressed with skillful facilitation (Collie, et al., 2016). Although, in most cases the difficulties and challenges that arise with telehealth can be solved with some alterations and adjustments, “should be considered before agreeing to work with a client via telehealth” (Levy, et al., 2018, p. 24). In general, some reasons that psychotherapists may perceive online psychotherapy as more difficult include:

1. Lack of nonauditory cues that can limit the psychotherapist’s ability to interpret client experiences, responses, and ambivalence.
2. Distraction, difficulty maintaining attentiveness during the session, and potential for focusing on extraneous tasks.
3. Potential for sessions to become more social or conversational rather than therapeutic.
4. Concerns about ability to establish an effective therapeutic alliance with the client (Brenes, Ingram, & Danhauer, 2011, p. 5).

### TECHNICAL ISSUES AND LIMITATIONS

Although, Stamm (1988) argued that psychologists do not have to be technology specialists to be competent providers of telehealth services, they will need more technology proficiency, particularly with computers, than has been the norm (Stamm, 1988). Moreover, from one point of view, art therapy sessions are inherently stressful for clients, which can be enhanced when art therapists or clients confront technical issues such as sufficient strength of signal and reliability, “even when using the newest technologies, it is possible to experience issues with connection speed” (Levy, et al., 2018, p. 23) that cause blurred or unclear image and loss in subtle detail while showing artwork to the webcam, through the therapy, which can “diminish the sense of being seen and heard and therefore the sense of connection” (Collie, et al., 2016, p. 9). Thus, as Levy (2018) proposed, therapists might offer their clients more than one way to connect and agree alternative ways of contact in order to address potential technical issues with connectivity. Also from another standpoint, lack of experience of using devices is cited as the key barrier and challenge to engaging in art therapy or tele-therapy sessions (Spooner, et al., 2019), which could cause distress to both clients and therapists.

## ETHICAL CHALLENGES

Art therapists face a number of ethical challenges as they employ new media, as Orr (2012) argued that ethical concerns of art therapists are predominant barriers to introducing technology in therapy session (Orr, 2012). Thus “much work is needed to fully understand how technology is being used, with attention to possible misuses and client vulnerabilities” (Alders, Beck, Allen, & “Basia” Mosinski, 2011, p. 167). AATA’s (2011) ethical principles state, “art therapists strive to provide a safe, functional environment and treat clients in an environment that protects privacy and confidentiality” (Section 1.12, p. 3). Also, in order that art therapists maintain client treatment records for a reasonable amount of time, “creates potential vulnerabilities that could decrease trust within the therapeutic relationship and result in a client withholding information” (Alders, Beck, Allen, & “Basia” Mosinski, 2011, p. 168)

## LACK OF TACTILE QUALITIES

“Posture, tone, inflection, eye contact and other nonverbal cues can give the therapist a lot of precious information” (Castelnuovo, et al., 2004, p. 5). However, previous studies based on the nonsensory character of digital arts media, have confirmed that technology is cold, isolating, and even dehumanizing as well as the lack of tactile and sensual qualities (Collie, Bottorff, Long, & Conati, 2006) or even lack of tangible physical engagement with the medium have been reported (Kaimal, et al., 2020). Moreover, “some therapeutic scenarios, such as highly experiential setting and approaches that give great importance to the front-end diagnosis step, are strictly related to face-to-face situations and need to be deeply redesigned in case of using an Internet-based medium” (Castelnuovo, et al., 2004, p. 5) Equally important, several studies have revealed that observing art making process directly is not easily achievable in online therapy setting, which cause therapists being unable to view chronological order in which elements are added to the drawing as well as clients’ facial expression (Levy, et al., 2018). Consequently, “this lack of sensory input might lead to clients disconnecting not only from art materials, but also from their own bodies and social interactions” (Zubala, Kennell, & Hackett, 2021, p. 14). In the same way, computer image might not be an adequate container for emotional material by reason of there are unlimited copy of images (Collie & Čubranić, 1999). Therefore, using computers for art making might put more emphasis on the product than on the artistic process (Collie, Bottorff, Long, & Conati, 2006). That is why for some theorists “the communication over the Internet would be an inadequate replacement for face to face intimacy “ (Castelnuovo, et al., 2004, p. 5)

### CRISIS SITUATIONS

The conducting of a safety and confidential psychotherapy session to reduce the risk of crises and prevent adverse events, is one of the most crucial point in art therapy practice, which has been concerned in traditional psychotherapy, and psychotherapists have a considerable amount of control over the environment. However, when psychotherapy is conducted via internet, psychotherapists will lose a substantial amount of this control. As a result, clients with low motivation for psychotherapy such as, clients seeking treatment upon pressure from family or friends may receive minimal benefit from online psychotherapy. Moreover, some crises that a psychotherapist may face when conducting obline psychotherapy are suicidal intent, homicidal intent, and worsening symptoms that they must be handled differently than in a typical face-to – face therapeutic relationship. Thus, online-delivered psychotherapy may not be appropriate for all clients, and may benefit more from a combination of face-to-face and online psychotherapy (Brenes, Ingram, & Danhauer, 2011)

### EXTRA TIME

Although, “technology makes the attainment of social skills more linear and less time dependent” (Alders, Beck, Allen, & “Basia” Mosinski, 2011, p. 166) and also digital technologies provide the opportunities for both clients and therapists to have conducted therapeutic sessions at the same time with any distance, it is recognized that to provide a dynamic therapeutic environment extra time might be needed (Spooner, et al., 2019). Moreover, “a concern has been raised about this additional learning potentially impeding the therapeutic process and that extra time might be needed to establish a therapeutic relationship and also healing effect of physical presence would be lost” (Collie, Bottorff, Long, & Conati, 2006, p. 856). As well as therapists should be aware of the physical risks that may result from prolonged work on computers.

### CONCLUSION

This paper was undertaken with the purpose of providing the clear picture of positive and negative consequences and features of applying cyber sphere and technology in art therapy. In summary, literature reviews have indicated that although cyber-therapy will offer art therapy services across geographical distance for all and specific population and psychological assistance overall

for chronic disabilities, the need of technology proficiency more than norm for both clients and art therapists has limited the access of therapy for some individuals. On the other hand, insecure character of online sphere and potential ethical issues could also decrease trust within therapeutic relationship, it may however be noted that reducing client’s resistance to therapy will become possible by employing user-friendly media technologies and home-based therapy process, moreover, participants of online art therapy will be more active and autonomous in their treatment sessions, despite the fact that providing a dynamic art therapeutic environment needs extra time.

**Table 1.** Pros and cons of using digital world in art therapy practice in summery.

Pros	Cons
<p><i>Therapy beyond borders:</i> The possibility to provide health information and services across geographical distance for underserved population and increase the quality of health information and services in particular areas or for specific populations.</p>	<p><i>Technical issues and limitations:</i> The need of more technology proficiency, particularly with computers, and enhancing the level of stress by facing technical issues such as sufficient strength of signal which can diminish the sense of being seen and heard and therefore the sense of connection.</p>
<p><i>Therapy for all:</i> The possibility to ensure a continuous medical and psychological service overall for chronic disabilities reducing the cost of an extended traditional assistance.</p>	<p><i>Ethical challenges:</i> potential ethical challenges and vulnerabilities arises from unsafe and unfunctional of cyberspace which could decrease trust within the therapeutic relationship and result in a client withholding information.</p>
<p><i>Active participants:</i> Participants playing a more active role in their own treatment process and have a greater autonomy within therapy sessions.</p>	<p><i>Crisis Situations:</i> When psychotherapy is conducted via internet, psychotherapists will lose the control of conducting psychotherapy session in crisis, like: suicidal intent, homicidal intent, and worsening symptoms that they must be handled differently than in a typical face-to – face therapeutic relationship.</p>
<p><i>Multimodal expression environment:</i> Expressive qualities of the digital arts media can be empowering, not only because of providing the freedom of expression environment without the constraints of the physical and material world but also by providing opportunities to create digital art making.</p>	<p><i>Lack of tactile qualities/ nonauditory cues:</i> Technology is cold, isolating, and dehumanizing as well as the lack of tactile and sensual qualities or even lack of tangible physical engagement with the medium have been reported that lead to clients disconnecting from art materials and their own bodies and social interactions.</p>
<p><i>Home-based therapy:</i> The growing trend of patients’ preference towards accessing therapy via a home-based computer system.</p>	<p><i>Extra time:</i> In order to conduct therapeutic sessions with any distance and to provide a dynamic therapeutic environment, extra time might be needed.</p>
<p><i>Cathartic pleasure:</i> Clients during the art therapy with technology will forget the psychologically revealing nature what they have created and instead became fixated on the immediate cathartic pleasure of creating.</p>	<p><i>More social than therapeutic:</i> Potential for sessions to become more social or conversational rather than therapeutic as well as concerns about ability to establish an effective therapeutic alliance with the client.</p>
<p><i>Mess-free, and user-friendly therapeutic relationships with low cost:</i> Reducing client’s resistance to therapy will become possible by the use of technology in therapy with the process of art making by considering the client’s home environment.</p>	<p><i>Unfocused:</i> Distraction, difficulty maintaining attentiveness during the session, and potential for focusing on extraneous tasks.</p>

Equally importantly, the findings of the present study provide evidence that cyberspace as a multimodal expression environment by offering the possibility of creating digital arts will provide the freedom of expression for clients, however, there has been discussion about losing the control of conducting online psychotherapy sessions in crisis like suicidal or homicidal intent that they must be handled differently than the typical mode, besides, the lack of tangible physical engagement with online media has been reported that lead to clients disconnecting from art materials and social interaction. In addition, a careful study of the literature reveals that online art therapy has the potential to focus on extraneous tasks as well as become more social than therapeutic, even though, it should be noted that clients during the online art therapy have become fixated on the immediate cathartic pleasure of creating.

Finally, we found that generally there seemed to be quite polarized opinions about the use of online technology in psychotherapy, with majority in favor of distance art therapy in which argued that the nature of online counselling enhances and expands opportunities to connect people, rather than being just an alternative or substitute for face-to-face interaction, however, some researchers also expressing concerns about the antitherapeutic character of technology.

## REFERENCES

- Alders, A., Beck, L., Allen, P., & “Basia” Mosinski, B. (2011, 12 21). Technology in Art Therapy: Ethical Challenges. *Journal of the American Art Therapy Association*, 28(4), 165–170. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/07421656.2011.622683>
- Brenes, G., Ingram, C., & Danhauer, S. (2011). Benefits and challenges of conducting psychotherapy by telephone. *Professional Psychology: Research and Practice*, 42(6), 543–549. doi:10.1037/a0026135
- Carlton, N. (2014, 02). Digital culture and art therapy. *The Arts in Psychotherapy*, 41(1), 41–45. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.aip.2013.11.006>
- Castelnuovo, G., Buselli, C., Ferrari, R., Gaggioli, A., Mantovani, F., Molinari, E., . . . Riva, G. (2004). New tools in cybertherapy: the VEPSY Web Site. *Studies in Health Technology and Informatics*, 99, 15–35. doi:10.3233/978-1-60750-943-1-15

- Choe, S. (2014). An exploration of the qualities and features of art apps for art therapy. *The Arts in Psychotherapy, 41*(2), 145–154. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.aip.2014.01.002>
- Collie, K., & Čubranić, D. (1999). An Art Therapy Solution to a Telehealth Problem. *Journal of the American Art Therapy Association, 16*(4), 186–193. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/07421656.1999.10129481>
- Collie, K., Bottorff, J., Long, B., & Conati, C. (2006, 02 26). Distance art groups for women with breast cancer: guidelines and recommendations. *Support Care Cancer, 14*, 849–858. doi:10.1007/s00520-005-0012-7
- Collie, K., Hankinson, S. P., Norton, M., Dunlop, C., Mooney, M., Miller, G., & Giese-Davis, J. (2016, 02 24). Online art therapy groups for young adults with cancer. *An International Journal for Research, Policy and Practice, 9*(1), 1–13. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/17533015.2015.1121882>
- Ethical principles for art therapists.* (2011). Retrieved from American Art Therapy Association: <http://www.americanarttherapyassociation.org/upload/ethicalprinciples.pdf>
- Glueckauf, R., Pickett, T., Ketterson, T., Loomis, J., & Rozensky, R. (2003). Preparation for the delivery of telehealth services: A self-study framework for expansion of practice. *Professional Psychology: Research and Practice, 34*(2), 159–163. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0735-7028.34.2.159>
- Haywood, S., & Grant, B. (2022, 07 05). Reimagining art therapy for the digitally-mediated world: a Hexagonal Relationship. *International Journal of Art Therapy, 1*–8. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/17454832.2022.2084124>
- Kaimal, G., Carroll-Haskins, K., Berberian, M., Dougherty, A., Carlton, N., & Ramakrishnan, A. (2020). Virtual Reality in Art Therapy: A Pilot Qualitative Study of the Novel Medium and Implications for Practice. *Journal of the American Art Therapy Association, 37*(1). Retrieved from <https://doi.org/10.1080/07421656.2019.1659662>
- Kapitan, L. (2011, 04 22). Introduction to the Special Issue on Art Therapy's Response to Techno-Digital Culture. *Journal of the American Art Therapy Association, 26*, 50–51. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/07421656.2009.10129737>

- Levy, C., Spooner, H., Leec, J., Sonked, J., Myerse, K., & Snow, E. (2018, 02). Telehealth-based creative arts therapy: Transforming mental health and rehabilitation care for rural veterans. *The Arts in Psychotherapy*, 57, 20–26. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/J.AIP.2017.08.010>
- Luxton, D., Pruitt, L., & Osenbach, J. (2014). Best practices for remote psychological assessment via telehealth technologies. *Professional Psychology: Research and Practice*, 45(1), 27–35. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/a0034547>
- McNiff, S. (1999). The Virtual Art Therapy Studio. *Journal of the American Art Therapy Association*, 16(4), 197–200. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/07421656.1999.10129484>
- Orr, P. (2012, 04 12). Technology use in art therapy practice: 2004 and 2011 comparison. 39(4), 234–238. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.aip.2012.03.010>
- Schaper, E. (1968). Aristotle's Catharsis and Aesthetic Pleasure. *The Philosophical Quarterly*, 18, 131–143. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/2217511>
- Schaverien, J. (2011). The triangular relationship and the aesthetic countertransference in analytical art psychotherapy. In M. Gerry, *The changing shape of art therapy : new developments in theory and practice* (pp. 55–83). London: Jessica Kingsley Publishers.
- Snyder, K. (2021, 02 01). The digital art therapy frame: creating a 'magic circle' in teletherapy. *International Journal of Art Therapy*, 104–110. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/17454832.2020.1871389>
- Spooner, H., Lee, J., Langston, D., Sonke, J., Myers, K., & Levy, C. (2019). Using distance technology to deliver the creative arts therapies to veterans: Case studies in art, dance/movement and music therapy. *The Arts in Psychotherapy*, 62, 12–18. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.aip.2018.11.012>
- Stamm, H. (1988). Clinical applications of telehealth in mental health care. *Professional Psychology: Research and Practice*, 29(6), 536–542. Retrieved from <https://doi.org/10.1037/0735-7028.29.6.536>
- Zubala, A., & Hackett, S. (2020, 12 15). Online art therapy practice and client safety: a UK-wide survey in times of COVID-19. *International Journal of Art Therapy*, 25(4), 161–171. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17454832.2020.1845221>



Zubala, A., Kennell, N., & Hackett, S. (2021, 04 08). Art Therapy in the Digital World: An Integrative Review of Current Practice and Future Directions. *Frontiers in Psychology*. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.600070>



Elżbieta Tabakowska

UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI

 0000-0002-3676-792X

elzbieta.tabakowska@gmail.com

Małgorzata Majewska

UNIwersYTET JAGIELLOŃSKI

 0000-0001-6763-4911

gomajewska@gmail.com

## Metafora jako narzędzie budowania wspólnoty przez instytucje kultury

### Językoznawstwo kognitywne w służbie nauki o mediach

#### ABSTRAKT

Celem artykułu jest omówienie metafor służących różnym instytucjom do promocji różnorodnych działań kulturalnych. Taka analiza ma też drugi cel, jakim jest wykazanie przydatności językoznawstwa kognitywnego w nauce o komunikacji społecznej i mediach. Pokazujemy w nim, jak narzędzie językowe, jakim jest metafora, może zostać wykorzystane do badania zjawisk medialnych, do których niewątpliwie należą teksty produkowane przez instytucje kultury. W celu uzyskania spójności tematycznej wybrano metafory prezentowane na oficjalnych stronach różnych instytucji kultury.

**SŁOWA KLUCZOWE: METAFORA, JĘZYKOZNAWSTWO KOGNITYWNE, KULTURA, MEDIA**

#### ABSTRACT

The purpose of this article is to discuss metaphors used by various institutions to promote various cultural activities. Such analysis also has a second purpose, which is to demonstrate the usefulness of cognitive linguistics in the study of social communication and media. In it, authors show how a linguistic tool such as metaphor can be used to study media phenomena, which undoubtedly include texts produced by cultural institutions. In order to achieve thematic consistency, metaphors presented on the official websites of various cultural institutions were selected.

**KEYWORDS: METAPHOR, COGNITIVE LINGUISTICS, CULTURE, MEDIA**

Celem artykułu jest omówienie metafor służących różnym instytucjom do promocji różnorodnych działań kulturalnych. Taka analiza ma też drugi cel, jakim jest wykazanie przydatności językoznawstwa kognitywnego w nauce o komunikacji społecznej i mediach. Pokazujemy w nim, jak narzędzie językowe, jakim jest metafora, może zostać wykorzystane do badania zjawisk medialnych, do których niewątpliwie należą teksty produkowane przez instytucje kultury. Dobór przykładów na charakter losowy, gdyż artykuł ma za zadanie jedynie zilustrować narzędzie metodologiczne, które mogłoby posłużyć do szerzej zakrojonych badań. W celu uzyskania spójności tematycznej wybrano metafory prezentowane na oficjalnych stronach różnych instytucji kultury. Naszym zamiarem jest przekonanie czytelników i czytelniczki, że językoznawstwo może wnieść metodologiczny wkład nie tylko w nauki humanistyczne, ale także w nauki społeczne.

Minęło ponad czterdzieści lat od przełomowej dla językoznawstwa książki George'a Lakoffa i Marka Johnsona *Metafory w naszym życiu* (Lakoff, Johnson, 1988, s. 7). Autorzy postulowali w niej zmianę sposobu rozumienia funkcji metafory, podkreślając, że rodzi się ona nie w języku, lecz w umyśle. W tej teorii metafora przestała być postrzegana jako środek stylistyczny czy chwyt retoryczny, a dostrzeżono w niej mechanizm kształtowania ludzkiej percepcji. Jednak świadomość, że naszymi operacjami umysłowymi i codziennymi decyzjami kieruje myślenie metaforyczne, wciąż wydaje się zbyt mała. Tymczasem rozumienie działania mechanizmów percepcyjnych w umyśle i sposobów ich odzwierciedlenia w języku jest szczególnie istotne dla ludzi mediów. Twórcy przekazów, relacjonując rzeczywistość, często odległą z perspektywy odbiorców przekazywanych treści, *de facto* podpowiadają im swoją interpretację zdarzeń.

Językoznawstwo kognitywne nie podważa oczywiście istnienia obiektywnych faktów, ale w sposób przekonujący wykazuje, że każde ich wyrażenie za pomocą słów nabiera subiektywnego charakteru, między innymi dlatego, że mówiący filtruje opisywaną rzeczywistość przez swój własny system pojęciowy. Subiektywność języka w dużej mierze wynika z mechanizmu działania metafory, dzięki któremu możemy zrozumieć jedno zjawisko w kategoriach innego zjawiska. Równocześnie jednak metafora uwypukla jakiś aspekt pojęcia, tym samym pomija inne, mniej istotne elementy.

Badania kognitywne, szczególnie te prowadzone przez George'a Lakoffa, potwierdziły intuicje już wcześniej pojawiające się w humanistyce, że metafora nie jest tylko retorycznym ozdobnikiem. Stanowi główne narzędzie percypowania świata i opisywania go za pomocą języka. Już w 1947 roku Clive Staples Lewis pisał, że „gdy mówimy o rzeczach, których nie postrzegamy

za pomocą zmysłów, musimy uciekać się do metaforycznego użycia języka. Nie ma innego sposobu mówienia, o czym dobrze wie każdy filolog” (Lakoff, Johnson, 1988, s. 7). I dalej: „Každy, kto mówi o rzeczach, których nie można zobaczyć ani dotknąć, ani usłyszeć itd., musi nieuchronnie tak mówić, jakby rzeczy te można było zobaczyć lub ich dotknąć lub je usłyszeć (np. należy mówić o [...] «wzroście» i «rozwoju», jak gdyby instytucje istotnie mogły rosnać tak jak drzewa lub rozwijać się niczym kwiaty; o «wyzwalaniu się» energii, jak gdyby istotnie była ona zwierzęciem wypuszczany z klatki)” (Lakoff, Johnson, 1988, s. 7). Ale dopiero Mark Johnson i George Lakoff pokazali, jak metafora kształtuje postrzeganie codzienności przez mówiącego i jak pozwala wyrazić to, co inaczej byłoby niewyraźne, gdyż nasz „system pojęciowy, którym się posługujemy, by myśleć i działać, jest w swej istocie metaforyczny” (Lakoff, Johnson, 1988, s. 25). Jest więc nieodłączną częścią myślenia; stanowi narzędzie osvajania rzeczywistości i komunikowania się z innymi.

W większości przypadków nie zdajemy sobie jednak sprawy z tego, jak używamy języka. Działamy automatycznie według utartych wzorców. Aktualny stan wiedzy językoznawczej i psychologicznej pozwala na świadomy wybór sposobu wyrażania treści, co w przypadku osób zawodowo zajmujących się promowaniem kultury wydaje się bardzo istotne. Może bowiem zwiększyć komunikatywność przekazu. W niniejszym tekście przyjrzymy się bliżej mechanizmowi działania metafory na przykładzie tekstów promujących kulturę.

Na zobrazowanie sposobu myślenia kognitywnego na temat metafory wybrano hasło, które pojawiło się na oficjalnej stronie Małopolskiego Instytutu Kultury (MIK) w zakładce „misja”. Widnieje w niej następujący tekst: „KULTURA ŻYJE W OBIEGU ALBO NIE ISTNIEJE [podkr. aut.]”<sup>1</sup>. To zdanie pokazuje sposób, w jaki jego autor zobaczył kulturę. Najpierw ujął ją w kategoriach przedmiotu, a ściślej ożywionego bytu, który może „żyć”. Stworzył więc metaforę KULTURA TO ŻYJĄCY BYT.

Żyjący organizm może się poruszać sam, ale także można go wprawiać w ruch w trójwymiarowej przestrzeni. Spełniając swoją misję, kultura-jako-przedmiot porusza się trasą wyznaczoną przez przedrostek „o-” w słowie „obieg”: to bieg po okręgu. Organizm żyje wtedy, gdy jest w ruchu: ŻYCIE TO RUCH. Dla porządku warto dodać, że postrzeganie życia w kategoriach ruchu to kolejna metafora, której analiza dla zwięzłości wywodu zostanie tu pominięta. Wracając do metafory okręgu, trzeba zauważyć, że kultura

<sup>1</sup> <https://mik.krakow.pl/misja/>. Zgodnie z konwencją metafory w tym artykule podajemy, używając wersalików.

żyje, poruszając się w granicach okręgu wyznaczonego przez daną instytucję lub tworzącą tę instytucję społeczność. Instytucje kultury to zatem źródła energii, które mają za zadanie wprowadzać kulturę w społeczne obiegi. W praktyce oznacza to promowanie wydarzeń kulturalnych, ale też z możliwością aktywnego włączenia społeczności do tego obiegu. W swojej internetowej autoreklamie MIK nadał pojęciu promocji obraz metaforycznego ruchu żyjącego obiektu po wyznaczonej trajektorii. Powstało celne, chwytliwe hasło, które metaforycznym skrótem wyraża misję tej instytucji. Powyższy przykład w jasny sposób pokazuje, jak metafora nadaje kształt pojęciowy abstrakcyjnym bytom, do których należy kultura. I równocześnie podpowiada odbiorcy, w jakich kategoriach ma on widzieć świat.

Fundamentem kognitywnej teorii języka jest założenie, że przekazywane za pośrednictwem języka znaczenia są ucieleśnione, czyli powstają w wyniku doświadczenia, rozumianego jako interakcja człowieka (czy też – ściślej – jego ciała) z otaczającą go trójwymiarową rzeczywistością. Doświadczenie fizyczne lub mentalne może zostać ucieleśnione przez nadanie mu znaczenia metaforycznego, ale może też pozostać na poziomie dosłownym. Można powiedzieć, że „krążę samochodem wokół boiska” i wówczas jest to opis fizycznej rzeczywistości. A można fizyczne doświadczenie przenieść do rzeczywistości mentalnej i w tych kategoriach stworzyć abstrakcyjny obraz mentalny, a następnie wyrazić go słowami: „moje myśli krążą wokół kawy”. Ten proces nosi nazwę metaforycznego rozszerzenia i jest podstawowym mechanizmem poznawczym: to zdanie jest zrozumiałe, ponieważ zrozumiałe jest zdanie pierwsze. Cytowane wyżej hasło MIK jest właśnie przykładem takiego rozszerzenia.

Metafora zaproponowana przez MIK nie jest pomysłem oryginalnym, ale przytoczeniem skonwencjonalizowanego widzenia kultury. Bowiem sposób myślenia o kulturze, który każe ją widzieć jako żywy przedmiot poruszający się po okręgu, pojawia się też w innych kontekstach. Autorzy raportu *Obiegi Kultury*<sup>2</sup> w wywiadzie dla „Dwutygodnika”, definiują go tak:

„Mówiąc o obiegu, mówimy o dwóch rzeczach. Pierwsza – to jednostki, które zdobywają dostęp do treści kultury i z nich korzystają. Ale obieg jest też obiegiem przepływu treści. Za większością z tych obiegów w różnym stopniu stoją jacyś pośrednicy. Obieg nieformalny zaś ma miejsce tylko w niektórych mediach: głównie w sieci i podczas kontaktów face-to-face. Do sieci jednak część treści wpada z obiegu oficjalnego i zaczyna się rozprzestrzeniać. Nasze badanie tego nie obejmowało, ale można by spróbować odpowiedzieć na pytanie, ile w nieformalnych sieciach jest treści nieformalnych, a ile formalnych.

<sup>2</sup> <https://obiegikultury.centrumcyfrowe.pl/>

Wielu ludzi uważa, że od tego zależy rozmowa o tym, czy «kultura umiera». Argument jest taki, że «nie umiera, bo są nowe treści», na co media nadawcze odpowiadają, że «owszem, ale te treści pochodzą od nas»<sup>3</sup>.

Nasz system pojęciowy często buduje koherentne systemy zorganizowane wokół pewnych pojęć, tworząc spójną siatkę metafor. Taki system metafor, które Michael Reddy określił mianem „metafory przewodu” (Lakoff, Johnson, 1988, s. 34), opisuje proces przekazywania informacji za pośrednictwem języka. Zdaniem Reddy’ego jest on dominującym systemem metafor obecnym w języku, bo zauważanym u ponad siedemdziesiąt procent wszystkich wyrażen (Lakoff, Johnson, 1988, s. 32–33). Metafora przewodu składa się z kilku złożonych metafor: „WYOBRAŻENIA (lub) ZNACZENIA TO PRZEDMIOTY. WYRAŻENIA JĘZYKOWE TO POJEMNIKI. KOMUNIKACJA TO PRZESYŁANIE” (Lakoff, Johnson, 1988, s. 32).

W powyższym tekście obok omówionej już metafory okręgu, pojawia się kolejna: KULTURA TO POJEMNIK. Treści kulturowe umieszczone w tym pojemniku mogą być przesyłane z jednego obiegu do drugiego. Pojemnik z treściami krąży, a pojedynczy użytkownik może „zdobyć [do niego] dostęp”. Treść może do niego „wpaść”. Warto zauważyć, że przedrostek „w-” w czasowniku „wpaść” oznacza „ruch do wewnątrz”; jego użycie także świadczy o tym, że kultura widziana jest, a więc i wyrażana w języku, jako pojemnik, który zawiera określoną treść.

W cytowanym wywiadzie autorki do swojego systemu metafor włączają jeszcze jedną: mówią też o „obiegu przepływu treści”<sup>4</sup>, jakby te treści były cieczą, która może płynąć w wytyczonym korycie rzeki. Powstaje w ten sposób metafora: TREŚCI KULTURY TO CIECZ. Metafora ta uruchamia rozumienie zawartości pojemnika jako płynnej substancji.

Omawiane dotychczas metafory przywoływały obraz pojemnika z zawartymi w nim kulturowymi treściami jako obiektu, który porusza się po okręgu. W dalszej części wypowiedzi pada pytanie: „czy kultura umiera?”. Skoro kultura to żywy organizm, należy ją odżywiać. Jest karmiony nowymi treściami. Pada argument, że stworzenie „nie umiera, bo są nowe treści”, na co media nadawcze odpowiadają, że „owszem, ale te treści pochodzą od nas”. Metafora karmienia oznacza więc, że stworzenie przeżyje, jeśli będzie dostawało pokarm z zewnątrz. Rozszerzenie jej przez media nadawcze pozwala zrozumieć, jak działa kultura.

Dobrym przykładem ucieleśnienia jest tytuł projektu Małopolskiego Instytutu Kultury „Małopolska. Kultura wrażliwa”. Jest to „projekt, w którym

<sup>3</sup> <https://www.dwutygodnik.com/arttykul/3149-krzenie-kultury.html>

<sup>4</sup> <https://obiegikultury.centrumcyfrowe.pl/>

dążymy do zwiększenia obecności osób z niepełnosprawnościami w instytucjach kultury. Głównym celem projektu jest otwieranie instytucji i jej oferty kulturalnej dla każdej zainteresowanej osoby”<sup>5</sup>.

Mamy tutaj do czynienia z metaforą: KULTURA TO WRAŻLIWE STWORZENIE, stanowiącą rozwinięcie metafory KULTURA TO ŻYJĄCY BYT, który biega w koło, czuje, jest wrażliwy. Wrażliwość jest ukierunkowana na przykład na dostrzeganie jednostek wykluczonych, gdy działanie ma na celu zachęcić różne instytucje kultury do przystosowania swoich ofert do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.

MIK mówi, że instytucje kultury powinny być wrażliwe jak istota żywa, która empatycznie rozumie ograniczenia takich osób i uświadamia pracowników różnych instytucji „o potrzebach osób z niepełnosprawnościami w zakresie dostępu do kultury”<sup>6</sup>. Oprócz wrażliwości, instytucja ma być przyjazną istotą żywą: „instytucja **przyjazna** sensorycznie [podkr. aut.]”<sup>7</sup>. Chodzi o zapewnienie na przykład osobom „w spektrum autyzmu, [które] są bardzo często narażone na przestymulowanie zbyt dużą liczbą bodźców”, komfortu wizyt w „cichych godzinach”. Bycie przyjaznym oznacza wzięcie pod uwagę potrzeb takich osób i wyjście im naprzeciw z ofertą.

Innymi przykładami ucieleśnienia metafory są nazwy organizacji pozarządowych, z którymi współpracuje MIK: Fundacja Siódmy Zmysł i Fundacją Między Uszami. „Ucho” w nazwie fundacji edukującej niesłyszących, przede wszystkim dzieci i młodzież, bezpośrednio wskazuje narząd słuchu jako jeden ze zmysłów wykorzystywanych do percypowania kultury. Między – fizycznymi – uszami znajduje się – fizyczna – głowa, a w tym metaforycznym pojemniku – fizyczny mózg. Metaforycznie rozumiana głowa postrzegana jest jednak jako pojemnik na abstrakcyjny byt, czyli umysł. GŁOWA TO POJEMNIK NA MÓZG. Mózg jest narządem odpowiedzialnym za myślenie, często w potocznym rozumieniu używany wymiennie z określeniem „umysł”, zaś ucho w tym kontekście wskazywane jest jako wyłączony z funkcjonowania narząd percepcji.

Nazwa fundacji „Między Uszami” uruchamia dwa skojarzenia z obecnymi w polszczyźnie związkami frazeologicznymi. Pierwszy to zwrot „między słowami”, który mówi o tym, że porozumienie między ludźmi odbywa się nie tylko za pomocą języka, ale także wszystkiego, co wydarza się we wzajemnej relacji, gdy mówimy. Powiedzieć coś „między słowami”, oznacza przekazać coś w inny niż językowy sposób. Drugi frazeologizm – „mieć

<sup>5</sup> <https://kulturawrazliwa.pl/o-projekcie/>

<sup>6</sup> <https://kulturawrazliwa.pl/o-projekcie/>

<sup>7</sup> <https://kulturawrazliwa.pl/wiedza/instytucja-przyjazna-sensorycznie/>

coś za uszami” – oznacza że „ktoś nie jest zupełnie niewinny, choć można by było sądzić inaczej”<sup>8</sup>. Ale w tym kontekście ucho jest metonimią słyszenia, a w tym kontekście może oznaczać świat ukryty, a więc niedostępny dla osób niesłyszących. Obie fundacje zajmują się udostępnianiem kultury osobom z niepełnosprawnościami.

Z faktu ucieleśnienia języka wynika kolejny. Pojęcia są zakotwiczone w cielesnym doświadczaniu, a nasze myśli są jego wytworem. Jak powiedzieliśmy, nasz umysł działa w ten sposób, że rzeczy abstrakcyjne wyraża za pomocą kategorii znanych ze świata fizycznego. Elżbieta Tabakowska zauważa, że „w języku da się wyrazić wszystko poza tym, co przechodzi ludzkie pojęcie” (Tabakowska, 2011, s. 199). Efekty wyobrazeniowe są jednak również ucieleśnione w takim sensie, że abstrakcyjne myśli sprowadzamy do kategorii doświadczenia zmysłowego. Dlatego też możemy kogoś zapytać, czy „widzi, o co mi **chodziło?**”, *de facto* pytając, czy rozumie, co chciałam mu powiedzieć. Rozumienie jest więc metaforycznie ujęte w kategorii zmysłu wzroku, a proces myślowy – jako istota zdolna do ruchu. Powstają metafory: ROZUMIEĆ TO WIDZIEĆ i PROCES MYŚLENIA TO RUCH.

Zmysłowe postrzeganie świata pojawia się na przykład w tekście zamieszczonym na stronie Muzeum Narodowego w Krakowie:

Uczta zmysłów w muzeum?

Czy możliwe jest zwiedzanie wystawy z wyłączeniem zmysłów? Co się stanie, gdy niektóre z nich wzmocnimy, a inne wyciszymy? Podczas oprowadzania sprawdzimy, co wpływa na nasze postrzeganie. Zastanowimy się, czy da się usłyszeć grę płam ułożonych na płaskiej powierzchni, jak pachnie na wystawach i dlaczego nieprawdą jest, że w muzeum dotyk się nie liczy. Już się boicie? To dobrze, bo bez emocji zmysły nie działają!<sup>9</sup>

W komunikacie tym użyto nazw pięciu zmysłów, którymi posługuje się człowiek: smaku, węchu, dotyku, słuchu i wzroku. Tytułowa „uczta zmysłów” za pomocą metafory kulinarnej: WIZYTA W MUZEUM TO UCZTA uruchamia pozytywne skojarzenia poprzez włączenie wszystkich obszarów zmysłowych: oprócz zmysłu smaku, w tekście pojawia się zmysł wzroku wyrażony rzeczownikiem „postrzeganie”; słuchu – „wyciszymy”, „usłyszeć”; ruchu – „dotyk”, „wyłączyć”, „działają”, „ułożyć”; powonienia – „pachnie”.

<sup>8</sup> por. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/24824/ktos-ma-swoje-za-uszami>

<sup>9</sup> <https://mnk.pl/cykle/moc-muzeum> [dostęp: 16.07.2021].



Świetny efekt stylistyczny uzyskano dzięki połączeniu dosłownego znaczenia z metaforycznym.

Odbiorca komunikatu widzi abstrakcyjną rzeczywistość w zaproponowanych przez nadawcę metaforycznych kategoriach pojęciowych. Ten mechanizm dobrze obrazuje opis wydarzenia edukacyjnego towarzyszącego wystawie w krakowskim Muzeum Narodowym:

Jak się rodzą związki w muzeum?

Co łączy kąpielówkę i japoński drzeworyt? Lub kto? O relacjach między obiektami a kuratorem oraz o jego wyborach na drodze muzealnego życia opowie jedna z kuratorek wystawy MOC MUZEUM. Będzie mowa o historii i naturze związków w muzeum i o tym, jak się one czasem kończą, czyli między innymi o czymś nowym, czymś starym, czymś niebieskim i czymś pożyczonym<sup>10</sup>.

Autor tekstu zobaczył podobieństwo relacji między przedmiotami do relacji w związkach między ludźmi: RELACJE MIĘDZY RZECZAMI TO ZWIĄZKI MIĘDZY LUDŹMI. Mowa jest o „naturze związków”, bowiem ludzi coś łączy. Czy naprawdę relacje między rzeczami mają swoją naturę? Czy raczej to mówiący zobaczył je w kategoriach pojęciowych dotyczących bliskich relacji międzyludzkich i rozwinął tę metaforę. Skoro więc związki się „rodzą” (kolejna metafora: ZWIĄZEK TO STWORZENIE ŻYWE), to też „czasem umierają”. Dzięki takiej perspektywie autor tekstu uruchomił w odbiorcach kolejną metaforę: RZECZY TO LUDZIE, a przecież ludzie mają emocje, co wynika z tej metafory. Pojawia się tutaj bardzo wyraźne odniesienie do ślubu dwojga osób i związanych z nim „przesądów” – panna młoda, aby być szczęśliwa w małżeństwie, do ślubu musi iść w czymś nowym, czymś starym, czymś pożyczonym i czymś niebieskim.

Dzięki użyciu metafory odbiorca zyskuje dostęp do czyjś widzenia świata. Ale – jak już zostało wyżej powiedziane – to także sposób ujęcia czegoś, co w inaczej mogłoby się okazać niedostępne.

Taka sytuacja rodzi niezwykle ważne pytanie: jeśli język odzwierciedla postrzeganie rzeczywistości metaforycznie, wskazując podobieństwo między jedną rzeczą i drugą, a to podobieństwo jest wybiórcze, bo jedna rzecz jest podobna do drugiej jedynie pod jakimś względem, to czy racjonalne rozumowanie odbywa się w odniesieniu do samej rzeczywistości, czy raczej do językowej interpretacji tej rzeczywistości przez mówiącego?

<sup>10</sup> <https://mnk.pl/cykle/moc-muzeum9?jhg> [dostęp: 16.07.2021].

Większość ludzi stawia znak równości między sposobem mówienia danej osoby a opisywaną przez nią rzeczywistością. Obowiązującym paradygmatem myślenia wciąż pozostaje wzorzec sformułowany dwa tysiące lat temu, według którego obiektywizm oznacza użycie języka zgodne z faktami. Arystoteles zdefiniował prawdę, którą utożsamiał z obiektywizmem, jako „zgodność, adekwatność treści sądu z rzeczywistym stanem rzeczy, którego ten sąd dotyczy”. A w *Metafizyce* mówił o języku tak: „Powiedzieć, że istnieje, o czymś, czego nie ma, jest fałszem. Powiedzieć o tym, co jest, że jest, a o tym, czego nie ma, że go nie ma, jest prawdą”. W klasycznym modelu sprowadzano umysł człowieka do „abstrakcyjnej maszyny” (Lakoff, 2011, s. X), która „mechanicznie manipuluje abstrakcyjnymi symbolami” (Lakoff, 2011, s. X). Arystoteles przyporządkował konstrukcje językowe światu zewnętrznemu i rozpatrywał je w kategoriach prawdy i fałszu.

Językoznawcy, szczególnie z nurtu językoznawstwa kognitywnego, podkreślają, że język nie opisuje rzeczywistości obiektywnie; dobór środków językowych ujawnia, w jaki sposób ów świat postrzega nadawca i jaki sens tej rzeczywistości nadaje. Jak zauważa w wykładzie noblowskim Olga Tokarczuk, „to, jak myślimy o świecie i – co chyba ważniejsze – jak o nim opowiadamy, ma więc olbrzymie znaczenie. Coś, co się wydarza, a nie zostaje opowiedziane, przestaje istnieć i umiera. Wiedzą o tym bardzo dobrze nie tylko historycy, ale także (a może przede wszystkim) wszelkiej maści politycy i tyrani. Ten, kto ma i snuje opowieść – rządzi” (Tokarczuk, 2019). Ponadto widzenie wypowiedzi jedynie w kategoriach i prawdy i fałszu nie dostarcza narzędzi, które pozwoliłyby na interpretacje zdań opartych na metaforze typu „KULTURA JEST TAKIM SPOŁECZNYM KLEJEM”<sup>11</sup>.

Powyższa metafora – zacytowana z kolejnego tekstu o promowaniu kultury – jest doskonałym przykładem na to, że język pokazuje właśnie sposób widzenia świata nadawcy, a nie neutralny opis. Autor cytowanego zdania: „chcieliśmy pokazać społeczną cyrkulację treści kulturowych, bo wydaje nam się, że kultura jest takim społecznym klejem”<sup>12</sup>, zobaczył kulturę jako klej, czyli substancję, która pozwala trwale połączyć jakieś osobne elementy. Dzięki tej metaforze mógł uwypuklić zapewne istotny dla niego element kultury jako łącznika ludzi, w której udział „skleja” społeczeństwo. Dzięki metaforze przekonująco i obrazowo podkreślił wspólnotowy wymiar obecności w życiu kulturalnym.

Wspólnotowy wymiar kultury podkreśla także zapis w statucie Małopolskiego Instytutu Kultury, mówiący, iż celem tej instytucji jest „budowanie społeczeństwa

<sup>11</sup> <https://www.dwutygodnik.com/artykul/3149-krazenie-kultury.html>

<sup>12</sup> <https://www.dwutygodnik.com/artykul/3149-krazenie-kultury.html>

obywatelskiego. W swych działaniach MIK odwołuje się do **dziedzictwa kulturowego** Małopolski jako kapitału we współczesnym obiegu kultury [podkr. aut.]<sup>13</sup>. Autorzy tekstu za pomocą metafor ujawniają, że widzą społeczeństwo obywatelskie jako budowlę, czyli przedmiot fizyczny – bryłę, która ma fundamenty: SPOŁECZEŃSTWO TO BUDOWLA. Jest to metafora mocno skonwencjonalizowana; instytucje kultury widzą siebie jako budowniczych działających w przestrzeni zdefiniowanej metaforą **obiegu** kultury. Dalej wskazują, że „dziedzictwo kulturowe” jest „kapitałem”. Ujmując się je w terminach z dziedziny ekonomii i finansów, oznaczających zasoby trwałe (majątek, środki, aktywa) służące rozpoczęciu lub kontynuacji działalności gospodarczej.

Dobrym przykładem tego, jak tytuł tekstu promującego kulturę może naprowadzić czytelnika na określony sposób myślenia o temacie, jest tytuł materiału filmowego poświęconego synagodze w Bobowej: film nazywa się *Boże iskry*. Tytułowe „boże iskry” odnoszą się do rozumienia przez chasydów muzykowania jako sposobu modlitwy. Stąd metafora MODLITWA TO MUZYKA, a będące jej rozszerzeniem „boże iskry” stanowią już metaforę szczegółową, uwypuklającą jeden z elementów metafory głównej.

Autorka materiału, Sylwia Jakubczyk-Ślęczko, wyjaśnia, że „muzykowanie to dla chasyda sposób modlenia się”, a „tworzone i wykonywane przez chasydów niguny, czyli melodie z krótkim tekstem słownym lub zupełnie pozbawione tekstu słownego, mają być jak gaworzenie niemowlęcia, które w ten sposób stara się zwrócić na siebie uwagę rodzica i sprowokować chwilę czułości. Jak oddane i kochające dzieci, chasydzi zwracają Bogu to, co należy do Boga. W pięknych melodiach swojego otoczenia widzą **boże iskry**, które rozsypały się w świecie w procesie jego stwarzania. Dlatego chasydzi zbierają je, adaptują, przefiltrowują przez własny styl wykonawczy [...] i śpiewając wychwalają Boga zwracając mu to, co do niego należy [podkr. aut.]<sup>14</sup>. Tytułowe „boże iskry” uruchamiają metaforę Boga jako kogoś, kto ma moc panowania nad ogniem, którego iskry są wytworem. „Iskry się rozsypały” same, jakby przypadkiem w momencie stwarzania świata przez Boga. **BÓG JEST TYM, KTÓRY ROZPALA PŁOMIEŃ. ISKRY BOŻE TO WYTWÓR TEGO PŁOMIENIA.**

Iskry są małe w porównaniu z płomieniem, ale dostępne dla maluczkich, którzy zbierają je i wykorzystują do tworzenia swoich pieśni. Bóg – i tutaj pojawia się kolejna metafora – rozpala płomień miłości wśród ludzi bez

<sup>13</sup> <https://mik.krakow.pl/misja/>

<sup>14</sup> <https://www.facebook.com/watch/?v=1585832424910848>, minuta: 9,16.

względu na religię. Śpiewy chasydzkich żydów są iskrami z tego płomienia i ogrzewają całą społeczność Bobowej.

W cytowanym fragmencie mamy do czynienia jeszcze z dwiema metaforami. Jedna to „metafora dawania i brania”: chasydzi zwracają Bogu to, co do niego należy: MODLITWA ŚPIEWEM TO ODDAWANIE BOGU TEGO, CO WCZEŚNIEJ DAŁ LUDZIOM. Powyższy opis metaforycznie pokazuje pokorę człowieka, który postrzega świat jako dar od Boga. Druga metafora, porównująca śpiewających żydów do gaworzącego niemowlęcia: MODLĄCY SIĘ CZŁOWIEK TO GAWORZĄCE NIEMOWLĘ, ma uwypuklić oddanie i bezbronność chasydów wobec Stwórcy. W wizerunku kulturowym gaworzące dziecko ufa bowiem w pełni karmiącej go matce i czuje się w jej ramionach bezpieczne. Dzięki tym metaforom autorka przekazuje odbiorcom sposób postrzegania świata przez żydów, którzy zamieszkivali Bobowę przed II wojną światową. Holocaust sprawił, że obecnie nie ma w tym miasteczku społeczności żydowskiej, więc instytucja kultury ma za zadanie opowiadać o społeczności, która tworzyła tamtejszą przedwojenną kulturę. Powyższy przykład pokazuje, jak uwypuklenie za pomocą tytułu metafory obecnej w żydowskim świecie pokazuje odbiorcom sposób myślenia i funkcjonowania wspólnoty.

Przy omawianiu metafory ważne jest także to, że wybór jednej pociąga za sobą kolejne. George Lakoff wskazuje, że „jeżeli mówimy, że jakieś pojęcie otrzymuje jakąś strukturę za pośrednictwem metafory, mamy wówczas na myśli to, iż jest to struktura częściowa i że zakres tego pojęcia można poszerzać w taki a nie inny sposób” (Lakoff, Johnson, 1988, s. 35). Metaforyczne ujmowanie kultury jako przedmiotu przywołuje zatem kolejne metafory, wynikające z tej pierwszej. Takie subiektywne siatki pojęciowe są utrwalane w języku przez lata, budują konwencje i używane są w sposób transparentny i przewidywalny. Skonwencjonalizowane metafory mają tę zaletę, że są łatwe do interpretacji, ale ich wadą jest to, że bywają nudne przez swój brak oryginalności i wobec tego mogą się okazać nieprzydatne w realizacji promocyjnych zamierzeń. Takim przykładem mocno skonwencjonalizowanej metafory jest zdanie, które pojawia się na stronie krakowskiego Muzeum Narodowego: „Warsztaty towarzyszące wystawie «Moc muzeum» w Gmachu Głównym, al. 3 Maja 1”<sup>15</sup>. WARSZATY TO TOWARZYSZ.

Mówimy potocznie o imprezach towarzyszących jakiemuś ważnemu wydarzeniu czy o chorobie, której towarzyszą różne objawy. Wiele metafor skonwencjonalizowało się w taki sposób. Wykorzystywanie ich w tworzeniu tekstów promujących kulturę nie wnosi nowego spojrzenia, ale za to małe jest

<sup>15</sup> <https://mnk.pl/cykle/siec-na-sztuke>

ryzyko nieporozumienia. W przypadku metafor niekonwencjonalnych ryzyko błędnego odczytania wprawdzie rośnie, ale wzrasta też atrakcyjność tekstu.

Jak powiedzieliśmy, metafory niekonwencjonalne są ciekawsze, ale pojawia się ryzyko nieodczytania albo błędnego odczytania intencji ich twórców, gdyż nie stoi za nimi konwencja.

Spójrzmy na kolejny przykład. Na stronie Muzeum Narodowego pojawił się następujący opis: „Czy kurator jest jak Bóg? Kurator rzekł: «**Niech stanie się wystawa!**». **Widząc, że** obiekt jest **dobry**, oddzielił go od innych. **I nazwał** go arcydziełem, a inne obiekty pozostawił w magazynie. **I tak upłynął** jeden dzień za drugim, aż do wernisażu wystawy [podkr. aut.]”<sup>16</sup>.

Tekst został zbudowany w oparciu o metaforę: KURATOR TO BÓG. Odwołanie do języka religijnego pojawia się też na poziomie składni, która przypomina język biblijny i stanowi bezpośrednie nawiązanie do fragmentu z Księgi Rodzaju Starego Testamentu:

Wtedy Bóg rzekł: «**Niechaj się stanie** światłość!» I stała się światłość. Bóg **widząc, że** światłość jest **dobra**, oddzielił ją od ciemności. **I nazwał** Bóg światłość dniem, a ciemność nazwał nocą. **I tak upłynął** wieczór i poranek – dzień pierwszy [podkr. aut.]<sup>17</sup>.

Intencją autora była zapewne zabawa słowna z rozpoznawalnym kulturowo tekstem religijnym, a na poziomie metaforycznym celem miało być wskazanie wpływu kuratora wystawy na prezentowane treści. Potwierdza to dalsza partia tekstu, szczególnie użycie czasownika „stwarzać”:

Czy tak wygląda praca kuratora? Czy on sam stwarza wystawę? Jaka rolę wyznacza on zwiedzającym? O tym wszystkim będzie mowa w trakcie oprowadzania kuratorskiego poświęconego roli kuratora na wystawach muzealnych<sup>18</sup>.

Metafory są najbardziej fundamentalnym narzędziem poznawania świata i nasz umysł podąża wytyczonymi przez nie ścieżkami. Dlatego konstruując dowolny przekaz językowy, warto używać metafory świadomie, tak by pozwoliła odbiorcy dostrzec jakieś aspekty rzeczywistości, wcześniej nieoczywiste. Natomiast źle jest, gdy jej rola sprowadza się jedynie do efektownego ozdobnika, nierozwijanego potem w tekście. Przykładem może być chwytliwy

<sup>16</sup> <https://mnk.pl/cykle/moc-muzeum>

<sup>17</sup> <https://biblia.deon.pl/rozdzial.php?id=1>

<sup>18</sup> <https://mnk.pl/cykle/moc-muzeum>

tytuł filmu edukacyjnego mówiącego o posiadłości Ignacego Paderewskiego w Kąsnej Dolnej; film nosi tytuł *1140 hektarów perfekcji*<sup>19</sup>. „Hektary” stanowią metonimię, czyli operację myślową, w której porównuje się podobieństwa między dwiema rzeczami, ale w obszarze znaczeniowym jednej rzeczy szuka się innych rzeczy, które mogą uruchamiać podobne skojarzenia. Na przykład zamiast powiedzieć „duży obszar terenu”, można użyć nazwy jednostki powierzchni „hektar” w liczbie mnogiej, uruchamiając u odbiorcy skojarzenie, że posiadane przez Paderewskiego włości były spore. Niestety proponowana w tytule metonimia nie zostaje w tekście w ogóle wykorzystana.

Słowo „perfekcja” pojawia się tylko raz w pierwszej minucie materiału filmowego, gdy lektor wspomina, że Paderewski „był tytanem pracy, który dzięki determinacji oraz zamiłowaniu do **perfekcji** zyskał status genialnego twórcy [podkr. aut.]”. Można zatem wnioskować, że skoro perfekcja była cechą właściciela dworu, to zadaniem tytułu jest ją wskazywać w odniesieniu do omawianych treści. W filmie tymczasem jest mowa o tym, że Paderewski nie sprawdził się jako zarządca dworu, że wobec tego posiadłość nie przynosiła korzyści majątkowych i zmuszony był ją sprzedać. Zatem „perfekcja”, którą wykazywał w stosunku do muzyki, nie miała miejsca w przypadku aktywności, do której odnosi się tytuł. Zaciekawia, ale myśli nie rozwija.

Metafora wprowadza odbiorców po świecie pojęć<sup>20</sup>. Porządkuje ten świat i proponuje jego interpretację. Prowadzi nas po meandrach rzeczywistości, podświetla wybrane przez siebie obszary i łączy je w ciągi przyczynowo-skutkowe. Wybiera jedne aspekty rzeczy i relacji między nimi, z konieczności pomijając inne i stąd mówimy o subiektywności ich językowego użycia. Dobra metafora pozwala pokazać jakieś zdarzenie czy rzecz z nieoczywistej perspektywy i dzięki temu odbiorca ma szansę zobaczyć znane rzeczy w nieznanym sposobie.

Rozważmy kolejne dwa przykłady mniej fortunnego użycia metafory. Pierwszym jest tytuł materiału filmowego o Muzeum Fonografii w Niepołomicach – *Magia czarnej płyty*. Intencją autorów było zapewne uruchomienie skojarzeń z klasycznymi, winylowymi płytami i atmosferą tamtych lat. Tyle tylko, że słowo „magia” może także przywołać skojarzenia z czarną magią. Materiał filmowy trwa 21 minut i 27 sekund i metafora magii w ogóle się w nim nie ujawnia. Zapewne chodziło o utrwalony frazeologizm „magia minionych lat”, ale gdyby chociaż raz w samym dokumencie o tym tytule magia pojawiła się w określonym kontekście, wówczas zniknęłoby ryzyko nieporozumienia.

<sup>19</sup> <https://www.facebook.com/watch/?v=417579109212040>

<sup>20</sup> Swoją drogą określenie „oprowadzać po świecie pojęć” jest kolejną metaforą: POJĘCIA TO PRZESTRZENŃ FIZYCZNA.

Tymczasem w innej nazwie projektu: „Magia minionych lat – przywołujemy historię, obyczaje i konwenanse z przełomu XIX/XX w.”<sup>21</sup>, realizowanego przez Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Łądeckiej, Grupę Gotowi na Wszystko, Państwową Szkołę Muzyczną I Stopnia oraz Fundację na rzecz rozwoju PSM I st., w drugiej części dodano „przywołujemy historię, obyczaje i konwenanse”, przez co zniknęło ryzyko nieporozumienia i wieloznaczności. Oczywiście skojarzenia tworzą odbiorcy, a nie same słowa, i nigdy nie można mieć pełnej gwarancji, że dane określenie nie uruchomi innego znaczenia niż zamierzone przez autora. Można jednak, a nawet należy, taką metaforę doprecyzować, jak choćby w ostatnim przykładzie i wtedy tekst zyskuje na komunikatywności i perswazyjności.

Ważne jest, aby odróżnić niezrozumienie od nieporozumienia. Niezrozumienie pojawia się wtedy, gdy odbiorca nie rozumie, co nadawca chce mu przekazać, na przykład poprzez użycie danej metafory. Rozważając podany wyżej przykład płyty winylowej, można postawić pytanie, w jakim celu pojawia się metafora magii czarnej płyty, skoro potem materiał opowiada historię gramofonu, ale w żadnym momencie do motywu czarnej płyty nie wraca. Odbiorca nie ma więc do czego odnieść tytułu, a jeśli jego skojarzenia poszły w kierunku czarnej magii i czarów, to pozostaje ze swoją niewyjaśnioną wątpliwością.

Kolejnym niefortunnym przykładem użycia metafory jest nazwa programu proponowanego przez Narodowe Centrum Kultury „Kultura w sieci”<sup>22</sup>; ta nazwa może u kogoś uruchomić negatywne konotacje: kultura jak ryba wpadła w sieć i zaplątała się. Rozumienie słowa „sieć” może zresztą być uzależnione pokoleniowo. Dla młodych ludzi bliższe zapewne będzie skojarzenie sieci z internetem, gdyż właśnie to metaforyczne znaczenie jest obecne w ich rzeczywistości bardziej niż dosłowne związane z siecią jako przedmiotem zrobionym ze sznurka i służącym do chwytania różnych przedmiotów czy stworzeń.

Metafora sieci pojawia się też w podanym na stronie Muzeum Narodowego opisie warsztatów dla dzieci w wieku 6–9, który nosi nazwę „Sieć na sztukę” i w opisie zawiera zdanie: „Warsztaty online? Dlaczego nie! Zarzućmy sieć na sztukę! Warsztaty za pośrednictwem platformy Zoom!”<sup>23</sup>. „Zarzucać sieć” jest określeniem używanym w dosłownym znaczeniu. Możemy powiedzieć, że „rybacy zarzucili sieci na ryby”. W podanym zdaniu autor przywołuje ten sens,

<sup>21</sup> <https://ckirladek.pl/events/magia-minionych-lat/>

<sup>22</sup> <https://www.nck.pl/en/dotacje-i-stypendia/dotacje/programy-dotacyjne-nck/kultura-w-sieci>

<sup>23</sup> <https://mnk.pl/cykle/siec-na-sztuke>

po czym proponując warsztaty za pośrednictwem internetu, uruchamia podwójne znaczenie tego słowa. Powstaje zabawna, nietypowa konstrukcja językowa.

Czasem można zastosować odwrotny manewr, czyli udosłownić metaforę. Taki zabieg widać na przykład w tytule materiału przygotowanego przez MIK o budynku Teatru Starego i Konserwatorium Muzycznego w Krakowie. Film nosi tytuł *Nuty w przelocie* i opowiada historię kompleksu sal koncertowych, który w latach 40. XX wieku stał się siedzibą Teatru Starego. Pod koniec filmu pojawia się zdanie komentujące zdobienia w kształcie nut na poręczach schodów: „Nuty na poręczach schodów, które mijają w przelocie przechodzący goście Starego Teatru, to właściwie wszystko, co pozostało po dawnym kompleksie muzycznym, słynącym podobno z najlepszej akustyki w kraju”<sup>24</sup>. Tytuł zatem udosłownił metaforyczny zwrot „w przelocie” oznaczający zrobienie czegoś „mimochodem, przy sposobności”<sup>25</sup>. Metalowe nuty mijane przez odwiedzających budynek gości nawiązują do jego muzycznych korzeni.

Niniejszy tekst miał dwa zadania. Po pierwsze, przekonać czytelników i czytelniczki, jak ważny na poziomie metaforycznym jest język, którym posługują się media, czyli też instytucje kultury. Wszechobecność metafory wskazywałyśmy w oparciu o wybrane przykłady z publikacji tychże instytucji. Jeśli bowiem kultura ma być społecznym klejem i zbliżać ludzi, pokazując wspólnotę myśli i wartości, to zasadne jest traktowanie metafory jako narzędzia objaśniającego odbiorcy świat kultury i przybliżające mu jego wytwory w taki sposób, żeby konsumenci kultury znajdowali w promowanych treściach podobieństwo do własnego rozumienia świata i budowali w sobie poczucie, że kultura ich wyraża. Po drugie, językoznawcze spojrzenie w tekście medioznawczym miało też za zadanie pokazać przydatność narzędzi metodologicznych, wytworzonych przez językoznawstwo kognitywne, do analiz innych przekazów językowych w mediach.

## BIBLIOGRAFIA

- Bartmiński, J. (red.) (1999). *Językowy obraz świata*. Lublin: UMCS.
- Bartmiński, J., Tokarski R. (red.) (1998). *Profilowanie w języku i w tekście*. Lublin: UMCS.
- Bartmiński, J., Boniecka B. (red.) (1998a). *Tekst. Problemy teoretyczne*. Lublin: UMCS.
- Bartmiński, J., Boniecka B. (red.) (1998b). *Tekst. Analizy i interpretacje*. Lublin: UMCS.

<sup>24</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=WFLqqCQSmck&t=1s>, minuta 17.01.

<sup>25</sup> <https://sjp.pwn.pl/sjp/w-przelocie;2537714.html>



- Evans, V. (2009). *Leksykon językoznawstwa kognitywnego*. Kraków: Universitas.
- Grzegorzczkova, R., Pajdzińska, A. (1996). *Językowa kategoryzacja świata*. Lublin: UMCS.
- Lakoff, G., Johnson, M. (1988). *Metafory w naszym życiu*. Krzeszowski, T. (tłum.). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy
- Lakoff, G. (2011). *Kobiety, ogień i rzeczy niebezpieczne. Co kategorie mówią nam o umyśle*. Tabakowska, E. (tłum.). Kraków: Universitas. ????
- Langacker, R.W. (2009). *Gramatyka kognitywna. Wprowadzenie*. Kraków: Universitas.
- Lewicki, A., Tokarski R. (red.) (1995). *Kreowanie świata w tekstach*. Lublin: UMCS.
- Tokarczuk, O. (2019). Wykład noblowski. Pobrane z: <https://www.nobelprize.org/uploads/2019/12/tokarczuk-lecture-polish.pdf> [dostęp: 6.04.2021].
- Tabakowska, E. (2011). W co przechodzi ludzkie pojęcie? (s. 199–213). [w:] J. Bremer, A. Chuderski (red.), *Pojęcia. Jak reprezentujemy i kategoryzujemy świat*, Kraków Universitas.
- Tabakowska, E. (1999). ‘Pobłądzić po malowniczych zakątkach Starego Miasta’: semantyka polskiego przyimka po i przedrostka po (s. 269–278). [w:] M. Brzezina, H. Kurek (red.). *Collectanea Linguistica in Honorem Casimiri Polański*. Kraków: Księgarnia Akademicka.

## NETOGRAFIA

- <https://www.dwutygodnik.com/arttykul/3149-krazenie-kultury.html>
- <https://mik.krakow.pl/misja/>
- <https://obiegikultury.centrumcyfrowe.pl/>
- <https://www.facebook.com/watch/?v=1585832424910848>
- <https://kulturawrazliwa.pl/o-projekcie/>
- <https://kulturawrazliwa.pl/wiedza/instytucja-przyjazna-sensorycznie/>
- <https://mnk.pl/cykle/moc-muzeum9?jhg>
- <https://mnk.pl/cykle/siec-na-sztuke>
- <https://biblia.deon.pl/rozdzial.php?id=1>
- <https://www.facebook.com/watch/?v=417579109212040>
- <https://www.nck.pl/en/dotacje-i-stypendia/dotacje/programy-dotacyjne-nck/kultura-w-sieci>
- <https://ckirladek.pl/events/magia-minionych-lat/>

Joanna Kot

UNIwersytet Jagielloński

 0000-0003-3146-8557

[j.kot@student.uj.edu.pl](mailto:j.kot@student.uj.edu.pl)

## Nowe formy narracji na Instagramie: badanie pilotażowe rolek związanych z podróżami i sportem

### New Forms of Narrative on Instagram: A Pilot Study of Sports and Travel Reels

#### ABSTRAKT

Media społecznościowe przyniosły trwałą zmianę w przekazywaniu informacji i komunikacji. Szczególnie popularnym zjawiskiem jest aktualnie tworzenie krótkich filmików, które zastępując podstawowe formy tekstowe i grafiki, stały się kolejnym sposobem wyrażania siebie. Przedmiot rozważań niniejszej pracy stanowią publikowane w serwisie Instagram rolki. Celem artykułu, w którym przytoczono rolki o tematyce sportowej i podróżniczej, jest próba zrozumienia fenomenu takich form przekazu, a także dokonanie charakterystyki ich twórców oraz odbiorców.

**SŁOWA KLUCZOWE: INSTAGRAM – NARRACJA – ODBIORCY – ROLKI – TREND**

#### ABSTRACT

Social media have brought about a lasting change in communication and how information is shared. Currently, a particularly popular trend is the creation of short videos called reels which are replacing the basic forms such as text and graphics and becoming another means of self-expression. The subject of this paper are the reels published on Instagram. The purpose of the paper, which focuses on sports and travel reels, is an attempt to understand the phenomenon of such forms of communication and to characterize their creators and viewers.

**KEYWORDS: INSTAGRAM – NARRATIVE – VIEWERS – REELS – TREND**

Kot, J. (2022),

Nowe formy narracji na Instagramie:  
badanie pilotażowe rolek  
związanych z podróżami i sportem,

*com.press*, 5(2), s. 90–103.

DOI: 10.51480/compress.2022.5-1.459

[www.compress.edu.pl](http://www.compress.edu.pl)

## WSTĘP

Pojawienie się internetu nie tylko zrewolucjonizowało sposób komunikowania się, ale także otworzyło zupełnie nową drogę do przekazywania i przyswajania informacji. Analityka predykcyjna wykazuje, że do 2025 roku liczba danych, które będą powstawać każdego dnia w internecie wyniesie 463 zettabajtów (Andre, 2022). Jednak, jak zauważa W. Golka, jedynie 0,01% wyświetlanych informacji może być przydatna (Golka, 2008). Natłok wiadomości i bodźców spowodował trwałą zmianę w czytaniu i przeglądaniu sieci. N. Carr, autor książek z zakresu biznesu i kultury uważa, że „Internet osłabia umiejętności zanurzenia się w lekturze i zdolność myślenia linearnego” (Carr, 2013, s. 15–17), przez co umysł nastawiony jest na przyjmowanie wiadomości w postaci szybko płynącego strumienia danych.

W 2016 roku na rynku mediów społecznościowych pojawił się TikTok, który zapoczątkował nową formę komunikacji. TikTok to aplikacja internetowa pozwalająca na nagrywanie oraz dzielenie się krótkimi filmikami, które dodatkowo wzbogacone są o podkład muzyczny (Sawicka, 2021). Serwis ten od samego początku miał sporą przewagę nad innymi aplikacjami oraz artykułami internetowymi: nie wymagał czytania tekstów, a swój przekaz oparł na – jak mogło się wydawać – znacznie przyjemniejszej i wówczas nowej formie kilkusekundowych wideo. Innowacyjność TikToka była jedną z jego zalet i pozwoliła mu zdobyć przychylność i sympatię internautów. W 2022 roku marketingowcy mówią już o „tiktokizacji społeczeństwa”, bowiem komunikowanie się za pomocą krótkich filmików stało się zjawiskiem powszechnym. Z tej metody korzystają nie tylko najmłodszy użytkownicy mediów społecznościowych, ale i influencerzy, organizacje czy nawet instytucje kultury. Popularność TikToka zainspirowała inne aplikacje do urozmaicenia swoich funkcji. Na YouTube pojawiły się YouTube Shorts, a na Instagramie – rolki, które stanowią przedmiot rozważań niniejszego artykułu. W Polsce zadebiutowały w 2021 roku i są jednym z najnowszych urozmaiceń serwisu. Rolki powstały jako eksperymentalna odpowiedź na popularność TikToka i szybko stały się źródłem nowych możliwości, które dostrzegli użytkownicy Instagrama. Tematyka w nich podejmowana jest różnorodna. Dokonałam przeglądu popularnych rolek, związanych z motywami podróży i sportu. Ponadto poszukuję odpowiedzi na pytania o fenomen krótkich form wideo i próbuję zrozumieć, co wpływa na chęć ich tworzeniach przez użytkowników mediów.

## ROLKI – GENEZA

Główną grupę użytkowników Instagrama, fotograficznej aplikacji założonej w 2010 roku, stanowią odbiorcy w wieku 18–34 lata (Kemp, 2022). Serwis wciąż wzbogaca się o nowe funkcje, a przykładem kolejnego urozmaicenia portalu jest wprowadzenie rolek. W regulaminie serwisu znajduje się zapis, w którym rolki zostały przedstawione jako „nowe sposoby tworzenia i odkrywania krótkich, zabawnych filmów wideo” (Introducing, 2022), które można urozmaicać poprzez:

- dodanie pliku audio, który można znaleźć w muzycznej bibliotece Instagrama, bądź wykorzystać własny oryginalny dźwięk;
- dodanie efektu AR (czyli aplikacji do nakładania zabawnych efektów rozszerzonej rzeczywistości) dostępnego w galerii efektów Instagrama;
- wybranie szybkości, to jest możliwość przyspieszenia, spowolnienia bądź wykorzystania rzeczywistego czasu.

Twórcy Instagrama podkreślili, że rolki oferują użytkownikom nowe sposoby wyrażania siebie, odkrywania i eksplorowania, a także „pomagają każdemu, kto ma ambicję zostać twórcą i znaleźć się w centrum uwagi” (Introducing, 2022). Rolki mogą być kombinacją zdjęć, krótkich filmików lub jednym filmikiem wideo. Motyw rolki może być zarówno powieleniem jakiegoś trendu, jak i zupełnie nowym pomysłem. Do rolek użytkownik przenosi się poprzez kliknięcie specjalnej ikonki bądź wykorzystanie karty „Eksploruj”. Istnieje jednak pewna trudność w wyszukiwaniu konkretnych rolek. Algorytmy Instagrama proponują użytkownikowi rolki, których tematyka związana jest z jego wcześniejszą aktywnością. Praca algorytmów okazuje się cennym wsparciem dla marek, influencerów i użytkowników, którzy chcą zwiększyć swoje zasięgi – rolki są szeroko promowane i rozpowszechniane, przez co trafiają nie tylko do osób, które obserwują dane konto.

## GENERACJA ALFA A ROLKI

Wydaje się, że za popularność fenomenu rolek, jak również aplikacji TikTok odpowiada pokolenie alfa, czyli osoby urodzone po 2010 roku (Stunża, 2017 za: McCrindle, 2010). Alfy to dzieci pokolenia Z (tzw. milenialsów) – pierwszego, którego dorastało w scyfryzowanym świecie. Właśnie cyfryzacja jest głównym łącznikiem tych dwóch generacji. Pokolenie alfa, w porównaniu do pokolenia Z, w większym i bardziej intensywnym stopniu wykorzystuje cyfryzację już w najmłodszych etapach życia. System nauczania generacji

alfa oparty jest na iPadach i e-learningu (Janusz-Lorkowska, 2019). Urodzeni po 2010 r. nawet najbardziej podstawowe informacje znajdują w internecie, odchodząc tym samym od podręczników i książek. Mają mniejszą zdolność skupienia uwagi, spędzają więcej czasu przed ekranem, a aplikacje są dla nich sposobem nie tylko na zabawę, ale i naukę. Są przyzwyczajeni do otrzymywania informacji w sposób zwięzły i wizualnie atrakcyjny. Krótkie i skupiające uwagę rolki zdają się być odpowiedzią na ich wymagania.

## PRZEGLĄD ROLEK – METODOLOGIA

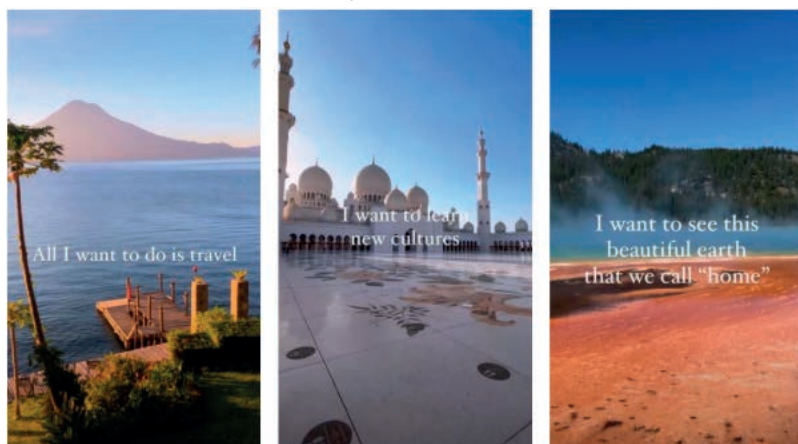
W literaturze przedmiotu dotychczas nie podjęto próby opisanego zjawiska krótkich filmów wideo, a jedyne artykuły, których tematem są rolki, należy uznać za pseudonaukowe lub popularnonaukowe, niebędące rzetelnym źródłem wiedzy. Artykuł został osadzony w nurcie badań nad komunikacją społeczną. Wykorzystano w nim ujęcie stosowane, które pozwala wyodrębnić zmiany i tendencje zachodzące w rynkach medialnych (Nierenberg, 2011). Badanie Instagrama przy użyciu metody obserwacji niejawnej i nieuczestniczącej umożliwia netnografia. Przy wykorzystaniu analizy danych zastanych przyglądam się dwóm wybranym tematom, które pojawiają się w rolkach: podróże oraz sport. Z obserwacji niejawnej nieuczestniczącej wywnioskowałam, że są to jedne z najczęściej pojawiających się motywów na Instagramie. Rolki o tematyce zarówno sportowej, jak i podróżniczej wybrano spośród czterech dziedzin – rozrywki, inspiracji, wartości edukacyjnej i przekonywującej – co według O. Harkai (Harkai, 2022) czyni контент atrakcyjnym dla odbiorców. Z uwagi na brak możliwości wyszukania konkretnych rolek dobór opisanych niżej rolek jest przypadkowy. Wybór losowy badanego materiału jest metodą w analizie mediów społecznościowych nie tyle popularną, co możliwą. Jediną zasadą ich wyboru do niniejszego artykułu była popularność. Rolki, które przeanalizowałam niżej, musiały spełnić wymóg osiągnięcia 100 tys. polubień. Niniejsze badanie jest badaniem pilotażowym, czyli rodzajem badania wstępnego (Grzeszkiewicz-Radulska, 2012). Jego zadaniem jest rozpoznanie przestrzeni i terenu badawczego, dzięki czemu będzie można postawić wstępne wnioski.

## ROLKI O TEMATYCE PODRÓŻNICZEJ

Jednym z najczęściej podejmowanych w rolkach motywów są podróże. Raport firmy Hootsuite wykazał, że hasztag #travel w czerwcu 2021 roku był szesnastym najpopularniejszym hasztagiem na Instagramie i został wykorzystany 497 milionów razy. W czerwcu 2022 roku, w czasie gdy pisanym był ten artykuł, liczba ta wzrosła do 630 milionów, co potwierdza tezę o popularności tematu podróży w serwisie. Rolki, w porównaniu do zdjęć czy filmików, prezentują bardziej urozmaicony przekaz dotyczący podróży. Przykłady rolek podróżniczych zostały przedstawione niżej:

### WSZYSTKO, CZEGO CHCĘ, TO PODRÓŻOWAĆ

Ilustracja 1. All I want to do is travel



Źródło: goanniewhere (Instagram), 2022, <https://www.instagram.com/p/Cbs8T10Fvsl/>

- Czas trwania: 11 sekund
- Liczba polubień: 270 820
- Liczba: wyświetleń: 5,8 mln

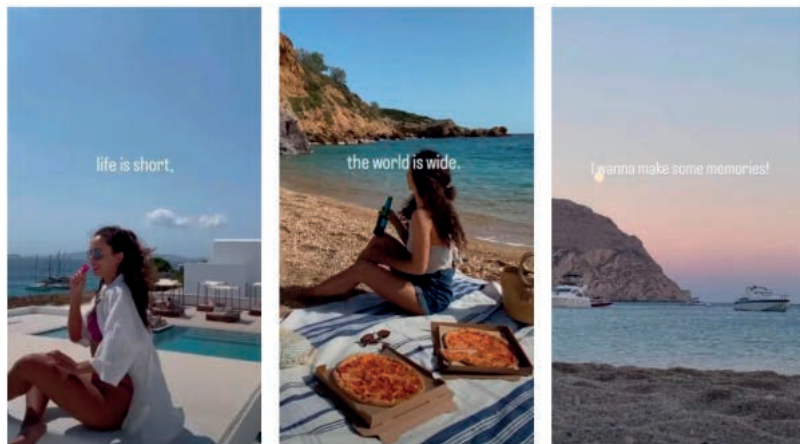
Blogerka podróżnicza posługująca się na Instagramie nazwą goanniewhere, w swojej rolce wykorzystwała dostępne na Instagramie nagranie audio słów wypowiedzianych przez nieznaną dziewczynę. W tłumaczeniu na język polski, monolog przedstawia się następująco:

Wszystko, co chcę robić, to podróżować. Tylko to. Chcę poznawać nowe kultury. Chcę próbować nowych potraw. Chcę poznawać nowych ludzi. Chcę zobaczyć tę piękną Ziemię, którą nazywamy domem. To wszystko, czego pragnę.

Na rolkę składają się kilkusekundowe filmiki, które ukazują zarówno miejsca, potrawy, jak i ludzi. Obraz w połączeniu z tekstem tworzy spójną całość.

## ŻYCIE JEST KRÓTKIE

Ilustracja 2. Life is short



Źródło: callia\_m (Instagram), 2022, <https://www.instagram.com/p/Cd6HMUeKjWR/>

- Czas trwania: 6 sekund
- Liczba polubień: 28 620
- Liczba wyświetleń: 543 tys.

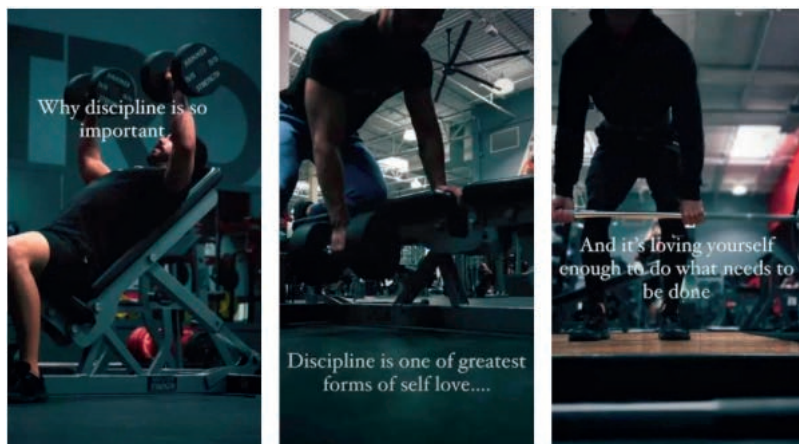
Przedstawiona rolka jest przykładem popularnego trendu, który polega na wykorzystywaniu fragmentów wypowiedzi pochodzących ze znanych filmów, utworów muzycznych czy wytworów popkultury. Rolka opiera się na sentencji wypowiedzianej przez bohaterkę filmu *Mamma Mia. Here we go again*, którą można przetłumaczyć następująco: „życie jest krótkie, świat szeroki – chcę stworzyć wspomnienia”. Tłem do tej wypowiedzi są zmieniające się kadry, które ukazują zarówno miejsca, jak i podjęte przez autorkę aktywności i formy spędzania czasu, np. jedzenie pizzy na plaży, pływanie ze znajomymi czy oglądanie zachodu słońca.

## ROLKI O TEMATYCE SPORTOWEJ

Sport na Instagramie pojawia się w mniejszej liczbie postów niż podróże. Kontekst, w jakim zostaje przedstawiony, łączy się jednak także z motywacją. Przytaczam trzy wybrane rolki:

## DYSCYPLINA JEST WAŻNA

Ilustracja 3. Why discipline is so important



Źródło: robert\_contreras\_fitness (Instagram), 2022, <https://www.instagram.com/p/CdmL5F2hhE6/>

- Czas trwania: 22 sekundy
- Liczba polubień: 18 248
- Liczba: wyświetleń: 339 tys.

Rolka przedstawia mężczyznę ćwiczącego na siłowni. Podnoszeniu ciężarów towarzyszą słowa:

Nikt nie chce ci powiedzieć, dlaczego dyscyplina jest tak ważna. Dyscyplina jest najsilniejszą formą miłości do samego siebie. To ignorowanie bieżących przyjemności na rzecz większych nagród, które mają nadejść. To kochać siebie na tyle, by dać sobie wszystko, czego kiedykolwiek pragnąłeś.



## OPANOWANIE NOWYCH UMIEJĘTNOŚCI

Ilustracja 4. You have to master a new skill



Źródło: zelinaonwheels (Instagram), 2022, <https://www.instagram.com/p/CaktZkIj-sy/>

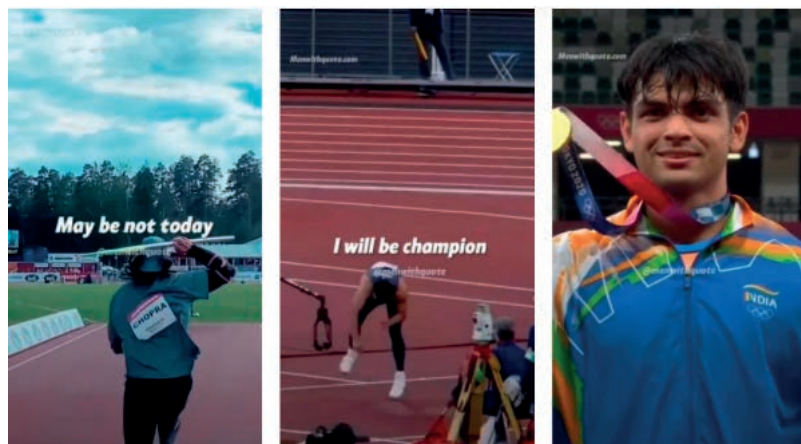
- Czas trwania: 25 sekund
- Liczba polubień: 858 990
- Liczba wyświetleń: 9,9 mln

Rolka ukazuje dziewczynę, która uczy się jazdy na rolkach. Początki wydają się trudne, ponieważ dziewczyna wciąż się przewraca. Ostatni obraz pokazuje już jednak dziewczynę, która opanowała umiejętność jazdy i ze sporą swobodą porusza się na rolkach:

Musisz opanować nową umiejętność, ale unikasz tego, bo wiesz, że nie dasz sobie rady, gdy zrobisz to po raz pierwszy. A jeśli jesteś perfekcjonistą, nie pozwalasz sobie na złe wykonywanie czegoś. Nie pozwalasz sobie na bycie głupcem. Ale problem polega na tym, że kiedy próbujesz czegoś nowego, zawsze jesteś głupcem. Dopóki nie chcesz zostać głupcem, nie nauczysz się niczego nowego. Jesteś głupcem, kiedy próbujesz czegoś nowego, ale jesteś jeszcze większym głupcem, jeśli nawet nie próbujesz.

## NIE DZISIAJ ANI NIE JUTRO

Ilustracja 5. Maybe not today



Źródło: menwithquote (Instagram), 2022, <https://www.instagram.com/p/CSTPyWlnboa/>

- Czas trwania: 22 sekundy
- Liczba polubień: 366 350 polubień
- Liczba wyświetleń: 4,2 mln

Rolka w symboliczny sposób ukazuje drogę atlety Neeraja Chopry do Igrzysk Olimpijskich w Tokio. Pierwsze kadry pokazują treningi i próby rzutu oszczepem, także te, które zakończyły się niepowodzeniem. Ostatni obraz to już jednak moment zwycięstwa i chwila otrzymania złotego modelu olimpijskiego. Video zostało urozmaiczone wypowiedzią meksykańskiego zawodnika mieszanych sztuk walki, Brandona Moreno, który po przegranej walce powiedział:

Może nie dziś, może nie jutro i może nie w przyszłym miesiącu lub roku. Ale tylko jedno jest prawdą: pewnego dnia zostanę mistrzem. Obiecuję.

## SPOSÓB KREOWANIA PRZEKAZU

Wydaje się, że rolki pozwalają na przekazanie emocji, których w odbiorcy nie są w stanie wywołać zdjęcia. Połączenie kadrów z dźwiękiem tworzy wrażenie, jakby odbiorca przysłuchiwał się myślom twórcy rolki i dokonywał przeglądu najlepszych momentów jego podróży. Rolki, poprzez ukazywanie beztrudnych i radosnych momentów, wywołują w oglądającym pozytywne

odczucia. Użytkownicy Instagrama mogą poczuć się zainspirowani nie tylko do odbycia takich podróży, ale i późniejszego ich zrelacjonowania poprzez stworzenie analogicznych rolek. Z kolei sport bywa przedstawiany jako droga, ukazująca zarówno proces (treningi, ćwiczenia, upadki), jak i efekt końcowy (nabycie umiejętności, nagroda). W rolkach pojawiło się miejsce na intymne wyznania i narrację inną niż promowana dotychczas przy użyciu zdjęć. Sportowcy chętnie dzielili się swoją pracą, jednak znacznie częściej zamieszczane przez nich fotografie ukazywały zwycięskie chwile, np. moment zdobycia gola czy pozowanie z medalem. Rolki umożliwiają opowiedzenie historii. Równocześnie nie jest to opowieść zawarta w obszernym tekście, ale wybrane najciekawsze kadry, które w połączeniu z muzyką lub przekazem w postaci wypowiedzi stają się swego rodzaju esencjonalnym zwiastunem pełnometrażowego filmu. Forma jest więc zwięzła, oddająca jednak *clou* historii. Sport w rolkach nierozzerwanie związany jest z motywacją, która może wpłynąć inspirująco nawet na osoby nieuprawiające go. Przedstawione wyżej rolki mają uniwersalny charakter, a użytkownicy mogą w nich odnaleźć swoje pragnienia, lęki, marzenia czy po prostu samych siebie.

## DYSKUSJA

W niniejszym artykule podjęto próbę zdefiniowania wartości i korzyści, jakie użytkownicy Instagrama odnoszą w związku z tworzeniem rolek. W. Song, przyglądając się aplikacji TikTok, stworzył charakterystykę współczesnej młodzieży, czyli grupy odbiorców, która najczęściej z niej korzysta (Song i in., 2021). Wnioski naukowca są jednak uniwersalne i można je odnieść do twórców wszystkich krótkich wideo, także twórców instarolek. Warto zwrócić uwagę na pięć kluczowych elementów, które wyróżnił badacz:

- promowanie piękna zewnętrznego (fizycznego, cielesnego);
- chęć wyrażania siebie;
- oczekiwanie na uznanie;
- ciekawość;
- poszukiwanie poczucia przynależności.

Analiza Songa może stanowić kontynuację rozważań nad pokoleniem alfa. Przedstawiciele tej generacji dorastają nie tylko w otoczeniu rodziny czy szkolnych kolegów, ale i miliardów kont w mediach społecznościowych, do których dotarcie jest bezproblemowe i które mogą stanowić punkt odniesienia. Instagram, z racji bycia medium wizualnym, skupia uwagę użytkowników na zdjęciach, do czego w pierwszym wyżej wymienionym

punkcie nawiązuje Song. Moim zdaniem element dotyczący promocji piękna zewnętrznego należałoby szerzej objaśnić, bowiem wydźwięk tego punktu może być niespójny z działaniami, jakie w ostatnim czasie podejmowali użytkownicy serwisu. Minione lata to czas zmian w postrzeganiu kanonu piękna, promowanie idei *body positive* i powszechne przyzwolenie na dowolność w wyglądzie i stylu życia. Przywołane wyżej przykłady rolek, które – jak wykazano – cieszyły się ogromną popularnością, również nie odwołują się do piękna fizycznego, a przeciwnie – pokazują naturalny obraz życia, który przez wiele lat był ukrywany pod filtrowanymi i przerabianymi zdjęciami. W pełni jednak zgadzam się z Songiem co do czterech proponowanych przezeń punktów i nie mam wątpliwości, że właśnie te czynniki wpływają na chęć tworzenia rolek przez użytkowników. Rolki, które łączą w sobie zarówno zdjęcia, filmiki, muzykę, wypowiedzi, jak i inne efekty, są wyzwaniem pobudzającym kreatywność i wyobraźnię twórców. Poprzez tworzenie rolek można więc zarówno wyrazić samego siebie, jak i wpisać się w panującą modę.

## ZAKOŃCZENIE

Rolki na Instagramie są nie tylko odpowiedzią na popularność TikToka, ale przede wszystkim stanowią ilustrację potrzeb młodych użytkowników serwisu. Instagram dał swoim odbiorcom narzędzie, poprzez które mogą oni wyrażać siebie. Wprowadzenie funkcji rolek jest też pewnego rodzaju odświeżeniem portalu. Wydaje się, że już po raz drugi Instagram pomyślnie zaadaptował nową funkcję, inspiracją której było inne popularne medium społecznościowe. W 2016 roku w serwisie pojawiły się Instastory, czyli dostępne przez 24 godziny relacje. Pomysł pochodził z aplikacji Snapchat, która krótko po wdrożeniu przez Instagram relacji, zaczęła tracić na swojej popularności, nie mogąc zaoferować swoim użytkownikom niczego oryginalnego. Obecnie popularność TikToka nie wydaje się zagrożona, ale to Instagram może zaoferować użytkownikom większą liczbę funkcji. Innym aspektem, poprzez który należałoby rozpatrywać zjawisko rolek, jest podejmowana w nich tematyka. Pomysł połączenia kadrów z treningów ze słowami wybitnego sportowca lub filmików z podróży z wypowiedzią bohaterki filmu jest absolutną nowością w przedstawianiu obydwu tematów. Ukazywanie podróży i sportu w rolkach jest urozmaiceniem sposobu, w jaki dotychczas przedstawiano te motywy. Taki sposób komunikacji z innymi użytkownikami na pewno jest bardziej atrakcyjny od długiego tekstu czy zwykłego

zdjęcia. Obecnie jest to także coś nowego, co swoją innowacyjnością przyciąga użytkowników. Krótkie formy wideo są także reakcją na rozproszenie i brak czasu, jakimi charakteryzuje się dzisiejsze społeczeństwo. Wydaje się, że w natłoku informacji uwagę internautów mogą przykuć wyłącznie krzykliwe nagłówki albo coś trwającego kilka, maksymalnie kilkadziesiąt sekund. Rolki są jednym z najpopularniejszych zjawisk dostępnych w sieci. Mam świadomość, że badania nad rolkami należałoby znacznie poszerzyć, analizując na przykład wybrane komentarze i reakcje zgromadzone pod filmikami. Innym aspektem byłyby również poruszenie tematyki związanej z wpływem treści rolek na zachowania użytkowników. Niniejszy artykuł jest jedynie badaniem pilotażowym, próbą przyjrzenia się temu zjawisku. Stanowi on równocześnie asumpt do dalszych rozważań nad tym tematem.

## BIBLIOGRAFIA

- Andre, L. (2022). *53 Important Statistics About How Much Data Is Created Every Day*. Pobrane z: <https://financesonline.com/how-much-data-is-created-every-day/> (20.05.2022).
- Carr, N. (2013). *Płytki umysł. Jak Internet wpływa na nasz mózg*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
- Golka, M. (2005). Czym jest społeczeństwo informacyjne? *Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny*, 4, 253–265.
- Grzeszkiewicz-Radulska, K. (2012). Metody badań pilotażowych. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Sociologica*, 42, s. 113.
- Harkai, O. (2022). *What People Like to Share on Social Media [INFOGRAPHIC]*. Pobrane z: <https://haiilo.com/blog/why-and-what-people-share-on-social-media-infographic/> (20.10.2022).
- Introducing (2022). *Introducing Instagram Reels*. Pobrane z: <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement> (23.05.2022).
- Janusz-Lorkowska, M. (2019). iGen jako użytkownik informacji w kontekście kategorii generacji – próba ujęcia na podstawie książki Jean M. Twenge iGen. Sopot: Wydawnictwo Smak Słowa, 2019, ss. 376. *Toruńskie Studia Bibliologiczne*, 2 (23), s. 141.
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Global Overview Report*. Pobrane z: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> (10.05.2022).

- McCrinkle, M. (2010). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Sydney.
- Newberry, Ch. (2022). *Instagram Hashtags 2022: The Ultimate Guide*.  
Pobrane z: <https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/>  
(10.05.2022).
- Nierenberg, B. (2011). *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*. Kraków:  
Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Song, W. (2021). Psychological characteristics of contemporary young people from TikTok videos, *Psychiatria Danubina*, 33, s. 76–78.
- Stunża, G. (2017). Edukacja wersja beta. Pokolenie Z i pokolenie Alfa a kompetencje uczestnictwa w kulturze. *Kultura popularna*, 1 (50), s. 88.

#### BIBLIOGRAFIA ZAŁĄCZNIKOWA

- callia\_m (Instagram), [https://www.instagram.com/callia\\_m/](https://www.instagram.com/callia_m/) (13.05.2022).
- goanniewhere (Instagram), <https://www.instagram.com/goanniewhere/>  
(15.05.2022).
- menwithquote (Instagram), <https://www.instagram.com/menwithquote/>  
(14.05.2022).
- robert\_contreras\_fitness (Instagram), [https://www.instagram.com/robert\\_contreras\\_fitness/](https://www.instagram.com/robert_contreras_fitness/) (13.05.2022).
- zelinaonwheels (Instagram), <https://www.instagram.com/zelinaonwheels/>  
(15.05.2022).



Mateusz Sobiech

UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ  
W LUBLINIE

## Sprawozdanie z VI Kongresu Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, Gdańsk, 22–24.09.2022 r.

Odbywający się co 3 lata Kongres Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej po raz pierwszy zgromadził swoich uczestników w Gdańsku. 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 trwającym trzy dni spotkaniu członków PTKS wzięło udział 250 prelegentów z Polski i zagranicy. Ich wystąpienia zostały podzielone na 54 naukowe sesje tematyczne. Ponadto wszyscy obecni mogli uczestniczyć w dwóch sesjach plenarnych z udziałem wybitnych gości specjalnych (*keynote speakers*): profesorów Grahama Murdocka (Loughborough University London) i Görana Bolina (Södertörn University). Podczas Kongresu debatowano nad przyszłością dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, a w trakcie paneli naukowych zaprezentowano wyniki badań z obszaru medioznawstwa i komunikologii. Istotnym punktem wydarzenia był Walny Zjazd PTKS, podczas którego wybrano władze na kolejną kadencję. Nie zabrakło zebrań w sekcjach badawczych, dyskusji oraz wydarzeń towarzyszących, jak np. możliwość zwiedzania Europejskiego Centrum Solidarności czy Teatru Szekspirowskiego.

Tuż po rozpoczęciu Kongresu i oficjalnym przywitaniu wszystkich zebranych wręczono honorowe członkostwo trzem wybitnym postaciom: doktor Hannie Machińskiej, zastępczyni Rzecznika Praw Obywatelskich, profesor Teresie Sasińskiej-Klas, założycielce i dyrektorce Międzynarodowej Szkoły Dziennikarstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ, a także profesorowi Januszowi Adamowskiemu, dziekanowi Wydziału Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Dodatkowo uczczono jubileusz 40-lecia pracy zawodowej profesor Bogusławy Dobek-Ostrowskiej – wybitnej politolożki, związanej z Uniwersytetem Wrocławskim, współzałożycielki PTKS. Tego samego dnia wręczono nagrody w konkursach organizowanych pod egidą Towarzystwa. Jedno z najważniejszych wyróżnień, tj. Nagrodę im. Karola



Jakubowicza (przyznawaną za wybitne prace naukowe), otrzymała prof. Urszula Doliwa z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Wręczono także nagrody za najlepsze rozprawy doktorskie za rok 2020 (laureatką została dr Kinga Adamczewska, UAM, pod opieką prof. Agnieszki Stępińskiej) oraz 2021 (dr Katarzyna Pagacz, UJ, pod opieką prof. Agnieszki Hess). Ostatnią z nagród odebrała Pani mgr Karolina Wojtal (UW) za najlepszą pracę magisterską, napisaną pod opieką prof. Anny Jupowicz-Ginalskiej, w konkursie Medi@stery, organizowanego przez Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Gdańskiego.

Punktem kulminacyjnym pierwszego dnia Kongresu były dwie sesje plenarne z udziałem prof. Grahama Murdocka, który wygłosił wykład *Hidden Abodes: Digital Lives and Distant Others*. Gościem specjalnym drugiej sesji był prof. Göran Bolina, który wygłosił prelekcję *Data Value: Dynamics of Value Generation in Data Capitalism*. Obaj naukowcy rozpoczęli żywą dyskusję ze zgromadzonymi, którą moderowali prof. Michał Głowacki i prof. Ewa Nowak-Teter. Podsumowaniem pierwszego dnia obrad była uroczysta kolacja wydana przez prezydent Miasta Gdańsk Aleksandrę Dulkiwicz w Dworze Artusa – jednym z najważniejszych punktów na mapie Gdańska.

W trakcie kolejnych dwóch dni Kongresu obradowano na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego. Podczas 54 paneli dyskusyjnych ponad ćwierć tysiąca naukowców z Polski i zagranicy wygłosiło referaty, których tematyka dotyczyła mediów, wizerunku, public relations i szeroko rozumianej komunikacji społecznej. Był również czas na spotkania poszczególnych sekcji PTKS. Warto podkreślić wysoką frekwencję (ponad 20 osób) podczas zebrania sekcji Młodych Medioznawców i Komunikologów, której przewodniczy prof. Katarzyna Kopecka-Piech. Do członków tej sekcji należy znaczna część osób z redakcji czasopisma „Com.Press”. Poza sesjami naukowymi i zebraniem sekcji, tego dnia odbyły się obrady okrągłego stołu, zatytułowane *Pozycjonowanie dyscypliny w nauce w Polsce*. Wśród debatujących znaleźli się: prof. dr hab. Iwona Hofman (UMCS), prof. Urszula Doliwa (UWM), ks. prof. Michał Drożdż (UPJPII), prof. Sławomir Gawroński (WSiIZ w Rzeszowie) oraz prof. Jadwiga Woźniak-Kasparek (UW). Istotnym tematem obrad była kwestia punktacji czasopism naukowych oraz zwiększenia udziału monografii w wypełnianiu slotów publikacyjnych.

Do najważniejszych wydarzeń Kongresu należy zaliczyć VI Walny Zjazd Wyborczy PTKS, podczas którego m.in. wybrano nowy zarząd oraz skład komisji rewizyjnej. Jednogłośnie po raz kolejny przewodniczącą zarządu PTKS na kolejną kadencję została prof. Iwona Hofman (UMCS). Dotychczasowy skład zarządu nieznacznie się zmienił. Od września 2022 r. tworzą go: prof.

Małgorzata Adamik-Szysiak (UMCS), ks. prof. Michał Drożdż (UPJPII), prof. Agnieszka Hess (UJ), prof. Mariusz Kolczyński (UŚ), prof. Małgorzata Łosiewicz (UG) oraz prof. Szymon Ossowski (UAM). Na podstawie oddanych głosów w skład komisji rewizyjnej weszli: prof. Olga Dąbrowska-Cendrowska (UJK), dr Bartłomiej Łódzki (UWr), prof. Maria Łoszevska-Ołowska (UW), prof. Agnieszka Walecka-Rynduch (UJ) oraz prof. Mirosława Wielkopolska-Szymura (UŚ).

Oprócz czasu poświęconego na dyskusje związane z dyscypliną nauk o komunikacji społecznej i mediów, uczestnicy Kongresu mieli możliwość zapoznania się z kulturą i historią Gdańska. Organizatorzy przygotowali dla wszystkich zgromadzonych wiele atrakcji, m.in. wspólne zwiedzanie Kampusu Gdańsk, Muzeum II Wojny Światowej, Teatru Szekspirowskiego oraz Starego Miasta w Gdańsku. Członkowie PTKS mieli również możliwość wysłuchać koncertu Studia Wokalnego UG oraz podziwiać wystawę, prezentowaną w holu Wydziału Nauk Społecznych UG, zatytułowaną *PhotoMedia'22*.

Tegoroczny Kongres PTKS przyciągnął bardzo liczne grono medioznawców i komunikologów. Bez wątplenia wpływ na to miała jego lokalizacja. Gdańsk to wyjątkowe miejsce na historycznej mapie Polski, niezwykle istotne z punktu widzenia wolnych mediów. Z całą pewnością brak obostrzeń związanych z pandemią COVID-19 oraz możliwość powrotu do stacjonarnej formy tego rodzaju wydarzeń także wpłynęły na duże zainteresowanie członków PTKS. Organizatorzy wydarzenia dołożyli wszelkich starań, by wszyscy goście wrócili do swoich ośrodków naukowych z satysfakcją, zadowoleniem oraz z poczuciem świetnie spędzonych trzech dni w atmosferze naukowo-przyjacielskiej. Kolejny Kongres PTKS odbędzie się za 3 lata – tym razem gospodarzem będzie Uniwersytet Śląski w Katowicach.

Mateusz Sobiech

