

CZŁOWIEK

I MEDIUM

Terapia – Rozwój – (Auto)narracja

Redakcja naukowa:
Agnieszka Ogonowska



we Wydawnictwo
Edukacyjne

CZŁOWIEK

I MEDIUM

[Kup książkę](#)

CZŁOWIEK

I MEDIUM

Terapia – Rozwój – (Auto)narracja

Redakcja naukowa:
Agnieszka Ogonowska



Kraków

we Wydawnictwo
Edukacyjne

[Kup książkę](#)

SERIA KULTURA I SPOŁECZEŃSTWO

**Książka dofinansowana przez Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie**

Redaktor merytoryczny serii: prof. dr hab. Agnieszka Ogonowska

Recenzent: Prof. Katarina Fichnová, PhD

Redakcja: Iwona Dudzińska
Korekta: Anna Piechota, Andrzej Karpiel
Projekt okładki: Mateusz Nizianty

© Copyright by Wydawnictwo Edukacyjne
© Copyright by Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie
© Copyright by Agnieszka Ogonowska

ISBN 978-83-65669-93-3

Opracowanie typograficzne: Mateusz Nizianty

Wydawnictwo Edukacyjne
Kraków, ul. Wielkotymnowska 35
www.we.pl | handel@we.pl | 12 638 00 50

[Kup książkę](#)

Spis treści

	Wstęp	
	<i>Agnieszka Ogonowska</i>	
	<i>Homo medialis: perspektywy i strategie użytkowania (nowych) mediów</i>	7
1	<i>Mariusz Makowski</i>	
	Od autoterapii z życiem zdjęć do fototerapii. Przegląd stosowanych metod i technik	17
2	<i>Justyna Hanna Budzik</i>	
	Spotkanie z fotografią – spotkanie z Innym. Inscenizowane portrety z cyklu „White power” Anny Bedyńskiej	33
3	<i>Wanda Matras-Mastalerz</i>	
	Potencjał edukacyjny i terapeutyczny bajek filozoficznych	49
4	<i>Roman Solecki</i>	
	Gry fabularne jako forma profilaktyki i terapii patologicznego korzystania z mediów	71
5	<i>Lidia Ippoldt</i>	
	Rola książki i kultury czytelnicznej w życiu seniorów	83
6	<i>Urszula Woźniak</i>	
	Internet jako źródło wsparcia społecznego w procesie zmian życiowych	95
7	<i>Agnieszka Ogonowska</i>	
	Stymulowanie kompetencji (audio)wizualnych u małych dzieci	113
8	<i>Łukasz Krzywoszański, Radosława Herzog-Krzywoszańska</i>	
	Media elektroniczne a zakłócenia rytmu okołodobowego	131
9	<i>Agnieszka Ogonowska</i>	
	Narracja autobiograficzna jako przedmiot badań psychologicznych (w stronę nowych mediów)	141
10	<i>Jakub Kosek</i>	
	Skazany na rocka. Rola muzyki w życiu Iana Kilmistera na podstawie narracji autobiograficznej <i>Biała gorączka</i>	159
11	<i>Wanda Matras-Mastalerz</i>	
	Ocalić od zapomnienia... Narracje autobiograficzne w generatywnych przekazach seniorów	173

12	<i>Janina Hajduk-Nijakowska</i>	
	Narracje wspomnieniowe jako przedmiot badań folklorystycznych	191
13	<i>Anna Wywiół</i>	
	Klisze pamięci – płaszczyzna płótna jako autobiograficzna przestrzeń semantyczna. Stanisław Wywiół – malarstwo inspirowane twórczością Tadeusza Kantora	211
	<i>Autorzy</i>	229
	<i>Indeks nazwisk</i>	233

Wstęp

Homo medialis: perspektywy i strategie użytkowania (nowych) mediów

Współczesna cywilizacja określana jako społeczeństwo sieci, cyberspołeczeństwo, społeczeństwo ekranów, społeczeństwo informacyjne jest silnie zdominowana przez nowe technologie, które służą (auto)ekspresji i rejestracji indywidualnych doświadczeń, ale także pozyskiwaniu informacji, korzystaniu z e-usług, a w najszerszym znaczeniu – komunikowaniu się z innymi ludźmi. I choć, jak pokazuje dokument referencyjny *Ramowy katalog kompetencji cyfrowych*¹, aż 12 mln osób w Polsce jest skazanych na wykluczenie cyfrowe, gdyż z Internetu nie korzystają, to wciąż pozostaje znacząca część populacji, która w różnym stopniu zalicza się do beneficjentów współczesnej cywilizacji medialnej.

Strategie korzystania z nowych technologii i tradycyjnych mediów są różne, tak jak i zróżnicowane są ludzkie potrzeby, zasoby czy umiejętności na tym poziomie kompetencji cyfrowych. Nie ulega wątpliwości, że posiadanie tych ostatnich – na relatywnie wysokim poziomie – przekłada się potencjalnie na wyższe możliwości awansu społecznego (zwłaszcza w kontekście pracy i rozwoju zawodowego). Jak zauważa Jan van Dijk w książce *Społeczne konteksty nowych mediów*:

Elita informacyjna [czyli netokracja, licząca około 15% populacji] [...] składa się z ludzi dobrze wykształconych, o wysokich dochodach, zajmujących najlepsze stanowiska na rynku pracy i najwyższe pozycje społeczne oraz posiadających niemal stuprocentowy dostęp do ICT. Elita informacyjna podejmuje praktycznie wszystkie istotne decyzje w społeczeństwie, funkcjonuje w gęstych sieciach społecznych i utrzymuje wiele strategicznych, ważnych więzi z podmiotami rozszanymi na dużym obszarze. Większość członków tej elity intensywnie korzysta z komputerów i Internetu. Niektórzy z nich tworzą elitę szerokopasmową, która wykorzystuje nowe media do pracy cały czas².

Zatem media mogą być i są wykorzystywane do rozwijania zasobów indywidualnych i potencjałów rozwojowych człowieka; z kolei ich rozwój wpływa

¹ *Ramowy katalog kompetencji cyfrowych*, 2015, red. J. Jasiewicz i in., Warszawa.

² J. van Dijk, 2010, *Społeczne konteksty nowych mediów*, Warszawa, s. 259.

na ewolucję społeczeństwa obywatelskiego i informacyjnego, a zatem na taką modernizację technologiczną, która w istotny sposób przekłada się na strukturę społeczną oraz służy podniesieniu jakości życia.

Z drugiej strony sytuują się ci aktywni użytkownicy mediów, których wzorce korzystania z nowych technologii mają charakter patologiczny i prowadzą do uzależnień medialnych³. Osoby te wymagają specjalistycznej terapii, a patologiczne sposoby korzystania przez nie z nowych technologii wskazują na konieczność opracowania nowych strategii edukacyjnych oraz programów i działań profilaktycznych pozwalających ograniczyć liczbę osób cierpiących z powodu cybernałogu.

Co ciekawe, sformułowanie: „leczenie przez media” oznacza w języku polskim zarówno leczenie poprzez media (np. kinoterapia, arteterapia, muzykoterapia itd.) i wtedy określenie to funkcjonuje na zasadzie okolicznika sposobu, jak również leczenie wynikające z faktu uprzedniego korzystania z mediów (np. jak ma to miejsce w kontekście patologicznego użytkowania mediów, np. gier sieciowych, Internetu lub telewizji). W tym ostatnim przypadku – w kontekście tej samej frazy – mamy do czynienia z okolicznikiem przyczyny. Niezależnie jednak od prowadzonych na tym gruncie gier językowych (język wszak też jest medium komunikacji), problematyka związków psychologii z mediami wydaje się istotna zarówno z powodu możliwości, jakie oferuje współczesnemu człowiekowi społeczeństwo medialne, jak i zagrożeń cywilizacyjnych, którym musi on stawić czoła. Przykładem różnych form terapii z udziałem mediów mogą być: bajkoterapia i siła opowieści (szerzej: narracji); biblioterapia, książka multisensoryczna w terapii dzieci z zaburzeniami rozwojowymi; wykorzystywanie technik teatralnych w terapii (psychodrama/socjodrama); pisanie pamiętników w leczeniu osób z afazją i chorobami psychicznymi; arteterapia i muzykoterapia, zastosowanie mediów w terapii zajęciowej z wykorzystaniem plastyki i rękodzielnictwa, kinoterapia, czyli leczenie filmem i wykorzystanie terapeutycznej roli kina.

Nowe media mogą być wykorzystywane w diagnozie i leczeniu chorób: jako element tzw. telemedycyny⁴; jako przedmiot psychoedukacji (np. edukacja medialna jako forma profilaktyki uzależnień medialnych; rola przekazów medialnych w edukacji psychologicznej dzieci, młodzieży i dorosłych⁵); jako element terapii uzależnień od substancji psychoaktywnych oraz uzależnień czynnościowych (np. stosowanie Internetu czy aplikacji na komórke). We

³ A. Ogonowska, 2014, *Uzależnienia medialne, czyli o patologicznym wykorzystaniu mediów*, Kraków; tamże, 2015, *Komunikacja i porozumienie. Sztuka bycia razem, tworzenia więzi i rozwiązywania konfliktów*, Kraków.

⁴ *Postępy międzynarodowej telemedycyny i eZdrowia*, 2006, red. W. Glinkowski, Warszawa; *Podstawy informatyki z elementami telemedycyny*, 2005, red. J. Martyniak, Kraków.

⁵ D. Bałutowski, 2010, *Jak oglądać filmy z młodzieżą. Film fabularny w psychoedukacji, terapii, profilaktyce*, Warszawa; A. Ogonowska, 2014, *Uzależnienia medialne...*; A. Ogonowska, 2015, *Komunikacja i porozumienie...*

współczesnej przestrzeni kulturowej nie brakuje również tekstów (narracji literackich, filmowych, teatralnych, internetowych) poruszających tytułową problematykę leczenia przez media⁶.

Homo narrans i pola jego aktywności w cywilizacji medialnej

Narracja, tożsamość i pamięć to kategorie, które stanowią przedmiot zainteresowania psychologii, filozofii, socjologii, etnografii, literaturoznawstwa oraz badań kulturowych. Każda z tych nauk – w specyficzny dla siebie sposób – konceptualizuje te pojęcia, stąd też dla przykładu na terenie badań humanistycznych i społecznych pojawiają się takie kategorie, jak: tożsamość i pamięć kulturowa (w ujęciu kulturoznawczym) oraz tożsamość społeczna i pamięć autobiograficzna (w ujęciu psychologicznym czy socjologicznym). To, co z pewnością łączy obydwie perspektywy, to fakt, że odnoszą się one do jednostki (*homo narrans*) i do jej sytuacji egzystencjalnej oraz indywidualnych doświadczeń życiowych obecnych w różnego typu przekazach.

Narracja funkcjonuje zatem w tym interdyscyplinarnym ujęciu zarówno „jako opowieść indywidualna i jako tekst kultury”⁷. Z jednej strony na potrzeby konstruowania narracji autobiograficznych wykorzystujemy elementy już istniejących przekazów kulturowych, z drugiej – istniejące opowieści indywidualne mogą stać się przedmiotem nie tylko analiz psychologicznych, ale także badań socjokulturowych.

Narracje autobiograficzne mają szczególny charakter, gdyż są śladem, zapisem, świadectwem jednostkowego życia; swoistą reprezentacją doświadczeń i przeżyć człowieka, który podejmuje trud spojrzenia na samego siebie, dokonania specyficznej autoanalizy przy wykorzystaniu różnych mediów i środków wyrazu. Z kolei tożsamość jednostki bazuje na narracjach autobiograficznych, które oscylują wokół odpowiedzi na pytania: „Kim byłem?”, „Kim jestem?” i „Kim będę?”. Przyjmowana w takich narracjach perspektywa czasowa w dużej mierze zależy od wieku biologicznego jednostki oraz przeżywanych przez nią aktualnie kryzysów życiowych (z których część ma charakter rozwojowy – zgodnie z koncepcją Erika Eriksona, a część wynika z bieżącej egzystencjalnej sytuacji jednostki). Rozstrzygając te dylematy, człowiek stoi przed problemem ustalenia, jak ma wyglądać sensowna samorealizacja, jak realizować projekt zwany „życiem” we współczesnym, silnie stechnologizowanym i zmediatyzowanym świecie, świecie, który – za Zygmunt Baumanem – postrzegamy jako płynną ponowoczesność⁸.

Łącząc narracje autobiograficzne z problematyką budowania i rekonstruowania własnej tożsamości, odchodzimy od substancjalnego w swym cha-

⁶ D. Gilmour, 2011, *Klub filmowy*, tł. E. Skowrońska, Słupsk.

⁷ M. Straś-Romanowska, 2010, *Psychologia wobec małych i wielkich narracji*, [w:] *Psychologia małych i wielkich narracji*, red. M. Straś-Romanowska, B. Bartosz, M. Żurko, Warszawa, s. 13.

⁸ Z. Bauman, 2006, *Płynna nowoczesność*, tł. T. Kunz, Kraków; tenże, 2011, *44 listy ze świata płynnej nowoczesności*, tł. T. Kunz, Kraków.

rakterze modelu cech i trwałych właściwości definiujących człowieka w kierunku ujęć podkreślających ich zmienność i procesualność. Podwaliny pod ten sposób myślenia położył Martin Heidegger w swojej ontologii *Dasein*⁹. Jak zauważa Jerzy Trzebiński:

Poczucie narracyjnej tożsamości i jej stabilność nie wynika z niezmienności własnych atrybutów, ale ze zrozumiałego przebiegu ważnej dla jednostki historii, którą ona przeżywa, i w ramach której dobrze rozumie swoje cechy, w tym również ich zmienność, a także dobrze pojmuje swoje postępowanie, jego motywy oraz reakcje innych wobec własnej osoby¹⁰.

Tożsamość narracyjna, jako proces i efekt autokreacji różnorodnych opowieści autobiograficznych, staje się dzięki temu wymownym produktem społeczeństwa określanego przez socjologów i kulturoznawców, m.in. poprzez metafory, jako: społeczeństwo spektaklu, społeczeństwo sieci czy społeczeństwo nadzoru (inwigilacji)¹¹.

Z socjokulturowego punktu widzenia można wskazać na różne strategie regulowania i kontrolowania tożsamości (np. lansowanie określonych wzorów kobiecości i męskości w reklamach telewizyjnych czy lekturach szkolnych). Z kolei z punktu widzenia jednostki mówimy o konstruowaniu różnych projektów tożsamościowych, które (często implicytnie) odnoszą się do takich „tradycyjnych” zmiennych socjodemograficznych, jak: wiek, płeć (biologiczna i kulturowa), rasa, orientacja seksualna, wyznanie religijne itd. Wspomniane projekty wykazują się różnym stopniem złożoności (podobnie jak narracje medialne – mogą być one jedno- lub wielowątkowe, realizują prostsze lub bardziej rozbudowane schematy fabularne) i pełnią rozmaite funkcje, np. autoterapeutyczne, artystyczne, literackie, reprezentacyjne, komunikacyjne, kompensacyjne itd. Część z tych projektów ma charakter jednorazowy (np. rozmowa na czacie – „autoreprezentacja jako autokreacja”) lub krótkoterminowy (np. cykl filmików autobiograficznych zamieszczanych przez ich autora na YouTube), część – długoterminowy (np. systematycznie i przez wiele lat prowadzony blog autobiograficzny); to co je charakteryzuje to także różny zakres stosowalności (niektóre mają charakter bardzo indywidualny i ściśle korespondują z doświadczeniami biograficznymi jednostki; inne – bardziej uniwersalny, a przez to możliwy do powielenia przez fanów i naśladowców). Większość z nich realizuje zatem ideę „digital storytelling”, a więc narracji cyfrowych występujących w formie krótkich, najczęściej autobiograficznych opowieści lub też rozbudowanych (multimedialnych i nieliniarnych) historii w postaci stron www, infografik bądź wizualizacji 3D. Do ich tworzenia potrzebne są specyficzne kompetencje cyfrowe, m.in. umiejętność posługiwania

⁹ M. Heidegger, 1994, *Bycie i czas*, tł. B. Baran, Warszawa.

¹⁰ J. Trzebiński, 2002, *Narracyjne konstruowanie rzeczywistości*, [w:] *Narracja jako sposób rozumienia świata*, red. J. Trzebiński, Gdańsk, s. 37.

¹¹ A. Ogonowska, 2012, *Twórcze metafory medialne*, Kraków.

się edytorami koniecznymi do ich tworzenia i prezentacji (np. Vuvox, Voice-thread i Storify)¹². Te typy narracji wpisują się zresztą w praktykę tworzenia cyfrowej pamięci (cyberpamięci) definiowanej jako:

treści prezentujące temat przeszłości: wydarzeń, miejsc, przedmiotów i ludzi (zarówno bohaterów, jak i antybohaterów), to również sposoby upamiętniania tej przeszłości oraz specyficzne praktyki kulturowe związane z procesem komunikacji za pośrednictwem nowych mediów¹³.

Relatywnie najłatwiej można kopiować projekty tożsamościowe oparte na cielesności i modyfikacji ciała (poprzez operacje plastyczne, wszczepianie implantów, tatuowanie, skaryfikację, piercingowanie itd.). Usługi te są coraz powszechniejsze, dostępne cenowo dla coraz większej części społeczeństwa oraz lansowane poprzez medialne opowieści transformacyjne, nieustannie aktywizujące ludzi do zmiany, metamorfozy, działania¹⁴. Te cielesne akty autokreacji są coraz bardziej popularne i nagłaśniane przez media w obrębie tzw. społeczeństwa postbiologicznego i posthumanistycznego, w których to właśnie technologia i związane z nią procesy komunikacji definiują istotę człowieka i samego człowieczeństwa. Ekspansywnie lansowana w mediach kultura transformacji obliguje (zwłaszcza adolescentów oraz ludzi młodych i w wieku średnim) do tworzenia własnych projektów tożsamościowych na bazie hedonistycznej ideologii życiowego aktywizmu oraz w oparciu o zasady aktywnego (często drapieżnego, niepoahamowanego) konsumeryzmu.

Projekty tożsamościowe i (siła) nowych mediów

„Transformersi” – w myśl tych ideologii konsumerystycznych – tworzą rozliczne projekty tożsamościowe, które przynoszą zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje dla dobrostanu psychofizycznego konkretnej jednostki. Dobrostan ten warunkuje jakość życia w bieżącej perspektywie temporalnej, jak i plany dotyczące przyszłej trajektorii egzystencjalnej. Wśród negatywnych projektów tożsamościowych (propagowanych również w środowisku nowych mediów) na plan pierwszy wysuwają się następujące rozwiązania:

- zawłaszczanie tożsamości innej osoby, np. idola popkultury/celebryty, poprzez wierne (i często bezkrytyczne) naśladownictwo jej zachowania, stylu życia oraz upodobnienie się fizyczne; wszystkie te działania służą „zamazaniu” pierwotnej tożsamości jednostki;
- tworzenie – pod wpływem przekazów popkulturowych – nierealistycznych celów życiowych, które obiektywnie są niemożliwe do realizacji w kontekście posiadanych przez daną jednostkę zasobów, a w wyniku

¹² A. Radomski, 2013, *Digital Storytelling. Kilka słów o wizualizacji wiedzy w humanistyce*, [w:] *Zwrot cyfrowy w humanistyce*, red. A. Radomski, J. Bomba, Lublin, s. 76–79.

¹³ K. Sztop-Rutkowska, 2013, *Cyberpamięć, czyli o tym, o czym (nie)pamiętamy w Sieci. Analiza pamięci lokalnej*, [w:] *Zwrot cyfrowy w humanistyce*, red. A. Radomski, J. Bomba, Lublin, s. 142.

¹⁴ M. Lisowska-Magdziarz, 2012, *Feniksy, łabędzie, motyle. Media i kultura transformacji*, Kraków.

owej niekompatybilności jednostka ta doświadcza stresu oraz frustracji, co destrukcyjnie wpływa na jej aktualny potencjał rozwojowy;

- przeprowadzanie (nieodwracalnych lub trudno odwracalnych) transformacji ciała, stanowiących fundament jednostkowej tożsamości (np. operacje plastyczne ciała, skaryfikacje, tatuowanie ciała, upodabnianie się do wybranej ikony popkultury¹⁵ lub zwierzęcia (animizacja ciała). Dokonywane transformacje mają z założenia przynieść poprawę jakości życia, uniezwyklenie lub uatrakcyjnienie własnego wizerunku; bardzo często ich podstawą (w sensie inspiracji potencjalnych naśladowców) „we współczesnym pejzażu kulturowym są tzw. *life style media*, poświęcone w całości idei ulepszania, upiększania i czynienia bardziej prestiżowymi rozmaitych aspektów życia codziennego w społeczeństwie konsumpcyjnym”¹⁶.

- uzależnianie się od czynności (potencjalnie determinujących poziom atrakcyjności fizycznej i interpersonalnej)¹⁷.

W stronę realizacji negatywnych projektów tożsamościowych popychają (zwłaszcza młodych ludzi) dyskursy medialne reprezentatywne dla tzw. kultury narcyzmu¹⁸. To, co dla niej charakterystyczne:

Obraz jednostki, jej autoprezentacja stają się jednym z ważniejszych rysów narcystycznie zorientowanej kultury. Mniej istotne od tego, jakie wartości jednostka sobą prezentuje, jest to, jak się przedstawia, na ile dba o własny wizerunek, najczęściej precyzyjnie spreparowany w serwisie społecznościowym. Coraz więcej osób zogniskowanych jest na nieustannym monitorowaniu siebie i swojego wizerunku, próbach odgadywania, co inni o nich myślą, by uniknąć negatywnej ewaluacji. To efekt neurotycznej osobowości naszych czasów, w której to jednostki są nadmiernie uzależnione od aprobaty innych osób. Mamy do czynienia z kompulsywną potrzebą podobania się, imponowania innym i sobie za pomocą różnych atrybutów – prestiżu, władzy, posiadania¹⁹.

O ile jednak modyfikacje ciała (np. na wzór idoli popkultury) mają często charakter spontaniczny i nieprzemyślany, o tyle w przypadku tożsamościowych projektów medialnych sytuacja przedstawia się zgoła inaczej. Ich tworzenie wymaga bowiem określonego poziomu autorefleksyjności rozumianej jako dialog intrapersonalny ukierunkowany na nazywanie, analizowanie i interpretowanie własnych emocji, uczuć, (źródeł) motywacji zachowań w różnych kontekstach (konstelacjach społecznych). Autorefleksyjność, jak twierdzi Wilhelm Flitner, polega na tym, że: „Człowiek jest wolną istotą spełniającą się w nieustannych interpretacjach samego siebie, a wieloznaczność jest podstawą owej wolności”²⁰. Autorefleksyjność wymaga przyjęcia dystansu

¹⁵ A. Ogonowska, 2013, *Polityka (re)prezentacji*, Kraków.

¹⁶ M. Lisowska-Magdziarz, 2012, *Feniksy, łabędzie, motyle...*, s. 10–11.

¹⁷ A. Ogonowska, 2014, *Uzależnienia medialne...*

¹⁸ Ch. Lash, 1991, *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, Nowy Jork–Londyn.

¹⁹ M. Szpunar, 2014, *Od narcyzmu jednostki do kultury narcyzmu*, „Kultura–Media–Teologia”, nr 18, s. 107.

²⁰ W. Flitner, 1950, *Allgemeine Pädagogik*, Stuttgart.

wobec siebie i aktu uprzedmiotowienia siebie jako obiektu analizy. W przestrzeniach sieciowych, zgodnie z ideą jaźni odzwierciedlonej Cooleya, możemy jedynie spojrzeć na siebie „oczami innych osób” przez pryzmat określonych sądów i opinii, które wygłaszają oni na nasz temat, względnie „zalogować się do siebie”. Ten ostatni proces możliwy jest dzięki nowym technologiom (część z nich to gadzety popkultury), które ułatwiają najpierw (s)tworzenie, a potem zapoznawanie się z (fragmentarycznym) obrazem/sieciowym wizerunkiem siebie; przy jego konstruowaniu niebagatelną rolę odgrywają inni ludzie. Samoobserwacja czy autoanaliza mają zatem charakter zapośredniczony i podlegają silnej kontroli społecznej w środowisku *online*. W tym kontekście warto zauważyć, że czym innym jest konstruowanie autobiograficznego bloga, czym innym pisanie dziennika lub pamiętnika z przeznaczeniem „do szuflady”. O ile pierwszy typ „sieciowej” narracji podlega ciągłemu opiniowaniu ze strony zainteresowanych internautów, których sądy determinują tematykę i strukturę tworzonej opowieści, o tyle dziennik lub pamiętnik pisany wyłącznie dla siebie jest mniej podatny na – uzależnione od innych osób – formy autokreacji.

Zmieniają się również konceptualizacje tożsamości jednostki. Zdaniem Maffesoliiego (także na poziomie metadyskursu naukowego) przeszła ona ewolucję od „stabilnej tożsamości, pełniącej swoją funkcję w układach kontraktowych do osoby grającej rolę w uczuciowych plemionach”²¹. Ponowoczesna tożsamość bazuje na doświadczeniach momentalnych i często przypadkowych kontaktach z plemionami, które wyzwalają określony styl życia (bycia) i myślenia o sobie. Pozwalają one zatem na czasową identyfikację z określoną grupą odniesienia, która dostarcza jednostce pewnych wskazówek aksjologicznych, ontologicznych i wzorców komunikacyjnych. Te nowe formy trybalizmu z uwagi na swój charakter sprzyjają myśleniu o tożsamości nie w kategoriach esencjonalistycznych, lecz właśnie procesualnych i konstruktywistycznych. Ta zmiana strategii konceptualizacyjnej stanowi wyraz ducha naszych czasów, w których hasło: „Człowiek kowalem własnego losu”, jest szczególnie aktualne.

Anthony Giddens w tym kontekście pisze o dużej możliwości wyborów, z którymi styka się człowiek, projektując swoje życie²². Owa wielość wynika zdaniem socjologa z faktu, że żyjemy w porządku postradycyjnym, w którym dostępne są różne style życia oraz silnie skontekstualizowane przekonania/prawdy/teorie (które nie roszczą sobie prawa do bycia nową Wielką Narracją), jak również wzrasta dostęp do doświadczeń i przestrzeni zmediatyzowanych²³. Niestabilność i mgławicowość owych struktur/wspólnot (?) neoplemiennych

²¹ M. Maffesoli, 2008, *Czas plemion: schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, tł. M. Bucholz, Warszawa, s. 207.

²² A. Giddens, 2010, *Nowoczesność i tożsamość: „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, tł. Alina Szulżycka, Warszawa.

²³ Tamże, s. 116–120.

nie stanowią trwałego fundamentu dla wytwarzanej tożsamości, która jest konceptualizowana jako wielokierunkowy proces stawania się (często bez gotowej, wyznaczonej *a priori* przez podmiot wizji zamknięcia). W światach *online* relacje międzyludzkie (bezpośrednie, naznaczone indywidualną odpowiedzialnością, oparte na określonych emocjach i motywacjach widocznych w komunikatach werbalnych i niewerbalnych) zostają wyparte przez relacje między różnymi wizerunkami, które wtórnie oddziałują na osoby w nich reprezentowane. W konstruowaniu tych wizerunków aktywnie uczestniczą teksty popkulturowe – jako ważne elementy masowej wyobraźni. Wspomniane teksty – w swojej tematyce i strukturze – nawiązują do tzw. Wielkich Narracji (termin Jeana-François Lyotarda²⁴), czyli do takiego tekstu kultury, „którego podstawową funkcją jest usensowienie obrazu świata”²⁵. Wbrew zapowiedziom postmodernistów odnoszących się do kryzysu Wielkich Narracji – rozumianego jako zmierzch ogólnie obowiązujących systemów ideowych/dyskursów społecznych – ich elementy (właśnie strukturalne i tematyczne) można odnaleźć w tzw. małych (osobistych) narracjach jednostek, które próbują „jakoś” usensować, a więc scalić, własne doświadczenie egzystencjalne. Problematyka ta stanowi m.in. przedmiot zainteresowania tzw. psychologii narracyjnej. W związku z realizacją różnych strategii autokreacyjnych, autobiografowie tworzą (przynajmniej w części) sfingowane opowieści autobiograficzne, które są kompatybilne z obrazem „ja” idealnego ich autorów. Projekt i ostateczna realizacja tego obrazu są determinowane zarówno przez inne przekazy kulturowe, które są ważne dla jednostki, jak i potrzebę kompensacji realnie istniejących braków lub niezrealizowanych potrzeb.

Wiele powstających narracji może być także postrzeganych jako zapis indywidualnego i pokoleniowego doświadczenia; są one tworzone celem poświadczania świadectwa własnego życia potomnym lub też z chęci uczestnictwa w procesie międzypokoleniowej transmisji wartości (np. przekazy generatywne, jak: listy, dzienniki, pamiętniki przekazywane wnukom i młodszym krewnym czy znajomym). Wraz z innymi pokoleniowymi tekstami kultury (np. popularnymi szlagierami muzycznymi i tekstami piosenek czy skeczy kabaretowych, konkretnymi programami i popularnymi gatunkami telewizyjnymi, formami aplikacji internetowych wykorzystywanych do kreowania różnego rodzaju narracji), tworzą one opowieści transmedialne, które mogą stanowić w procesie badawczym zarówno świadectwo epoki, jak i dokumentację życia konkretnego człowieka.

Zgromadzone w tej książce artykuły oddają ów wieloaspektowy stosunek człowieka do mediów (zapisu, komunikacji, ekspresji) oraz wskazują na różne strategie wykorzystywania związanych z nimi narracji do zaspokajania

²⁴ J.-F. Lyotard, 1997, *Kondycja ponowoczesna*, tł. M. Kowalska, J. Migasiński, Warszawa.

²⁵ M. Straś-Romanowska, 2010, *Psychologia wobec...*, s. 24.

różnorodnych potrzeb. Autorzy artykułów ukazują możliwości pozytywnego wykorzystania tradycyjnych i nowych mediów, zarówno w procesie rozwoju potencjału ludzkiego oraz leczeniu, terapii i edukacji (z nachyleniem na psychoedukację oraz edukację kulturową), jak i opisują negatywne skutki użytkowania tychże technologii, prowadzące do uzależnień i degradacji osobowości człowieka.

Żywię nadzieję, że tom, który oddajemy w ręce Czytelników, przysłuży się refleksji nad egzystencją i rozwojem człowieka w dobie dynamiczniej ekspansji technologii.

Bibliografia

- Auge M., 2013, *Nie-miejsca. Wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, tł. R. Chymkowski, wstęp W.J. Burszta, Warszawa.
- Bahtowski D., 2010, *Jak oglądać filmy z młodzieżą. Film fabularny w psychoedukacji, terapii, profilaktyce*, Warszawa.
- Bauman Z., 2011, *44 listy ze świata płynnej nowoczesności*, tł. T. Kunz, Kraków.
- Bauman Z., 2006, *Płynna nowoczesność*, tł. T. Kunz, Kraków.
- Bruner J.S., 1990, *Życie jako narracja*, „Kwartalnik Pedagogiczny”, nr 2.
- Dijk J. van, 2010, *Společne konteksty nowych mediów*, Warszawa.
- Flitner W., 1950, *Allgemeine Pädagogik*, Stuttgart.
- Giddens A., 2010, *Nowoczesność i tożsamość: „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, tł. Alina Szulżycka, Warszawa.
- Gilmour D., 2011, *Klub filmowy*, tł. E. Skowrońska, Słupsk.
- Gutek G.L., 2003, *Filozoficzne i ideologiczne podstawy edukacji*, tł. A. Kacmajor, A. Sulak, Gdańsk.
- Heidegger M., 1994, *Bycie i czas*, tł. B. Baran, Warszawa.
- Lash Ch., 1991, *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, Nowy Jork–Londyn.
- Lisowska-Magdziarz M., 2012, *Feniksy, łabędzie, motyle. Media i kultura transformacji*, Kraków.
- Liotard J.-F., 1997, *Kondycja ponowoczesna*, tł. M. Kowalska, J. Migasiński, Warszawa.
- Maffesoli M., 2008, *Czas plemion: schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, tł. M. Bucholz, Warszawa.
- Ogonowska A., 2015, *Komunikacja i porozumienie. Sztuka bycia razem, tworzenia więzi i rozwiązywania konfliktów*, Kraków.

- Ogonowska A., 2014, *Uzależnienia medialne, czyli o patologicznym wykorzystaniu mediów*, Kraków.
- Ogonowska A., 2013, *Polityka (re)prezentacji*, Kraków.
- Ogonowska A., 2012, *Twórcze metafory medialne*, Kraków.
- Pamięć zbiorowa i kulturowa. *Współczesna perspektywa niemiecka*, 2009, red. M. Saryusz-Wolska, Kraków.
- Podstawy informatyki z elementami telemedycyny*, 2005, red. J. Martyniak, Kraków.
- Postępy międzynarodowej telemedycyny i eZdrowia*, 2006, red. W. Glinkowski, Warszawa.
- Radomski A., 2013, *Digital Storytelling. Kilka słów o wizualizacji wiedzy w humanistyce*, [w:] *Zwrot cyfrowy w humanistyce*, red. A. Radomski, J. Bomba, Lublin.
- Ramowy katalog kompetencji cyfrowych*, 2015, red. J. Jasiewicz i in., Warszawa
- Rosner K., 2003, *Narracja, tożsamość i czas*, Kraków.
- Sobczak B., 2013, *Jesteśmy tym, co opowiadamy. Autonarracje w mediach*, [w:] *Narracyjność języka i kultury. Literatura i media*, red. D. Filar, D. Piekarczyk, Lublin.
- Straś-Romanowska M., 2010, *Psychologia wobec małych i wielkich narracji*, [w:] *Psychologia małych i wielkich narracji*, red. M. Straś-Romanowska, B. Bartosz, M. Żurko, Warszawa.
- Sztop-Rutkowska K. (2013), *Cyberpamięć, czyli o tym, o czym (nie)pamiętamy w Sieci. Analiza pamięci lokalnej*, [w:] *Zwrot cyfrowy w humanistyce*, red. A. Radomski, J. Bomba, Lublin.
- Szpunar M., 2014, *Od narcyzmu jednostki do kultury narcyzmu*, „Kultura–Media–Teologia”, nr 18.
- Tomasello M., 2002, *Kulturowe źródła ludzkiego poznania*, tł. J. Rączaszek, Warszawa.
- Trzebiński J., 2002, *Narracyjne konstruowanie rzeczywistości*, [w:] *Narracja jako sposób rozumienia świata*, red. J. Trzebiński, Gdańsk.

Aby przeczytać dalej...

Zapraszamy do księgarni!

[Kup książkę](#)