

KS. ROBERT NĘCEK

*Katedra Edukacji Medialnej*

*Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej*

*Uniwersytet Papieski Jana Pawła II, Kraków*

## NAUKI O MEDIACH – TOŻSAMOŚĆ W ASPEKCIE INTERDYSCYPLINARNOŚCI

**Słowa kluczowe:** tożsamość, medialność, edukacja medialna

1. Wstęp. 2. Tożsamość – ogólna charakterystyka. 2.1. W drodze po tożsamość. 2.2. Składniki tożsamości medialnej. 3. Medialność jako składnik współczesnej tożsamości. 3.1. Dominacja obrazu. 3.2. Medialność jako wartość. 4. Nauki o mediach – obszarem nauk społecznych i humanistycznych. 4.1. Wpływ mediów na wszystkie dziedziny życia. 4.2. Nowe media mediami bez granic. 4.3. Interdyscyplinarność – zaleta czy wada? 5. Zakończenie

### 1. WSTĘP

Media w XXI w. splatają w swoją sieć cały świat. Dzięki środkom społecznego przekazu stał się on globalną wioską. Media tradycyjne i Internet zmniejszyły dystans i zbliżyły ludzi do siebie. Mediatyzacja rzeczywistości, polegająca na uwzględnieniu logiki mediów w działaniu instytucji religijnych, kościelnych, politycznych, ekonomicznych, a nawet kulturalnych, powoduje, że media mają niesłychanie wielki wpływ na postrzeganie codzienności, odgrywając w niej wyjątkową rolę. Nieprzypadkowo więc silny nacisk kładzie się na edukację medialną, która pozwala zachować zdrowy dystans wobec skrajności proponowanych przez codzienność.

Taki stan rzeczy spowodował, że komunikacją medialną zaczęli się zajmować naukowcy reprezentujący różne dziedziny naukowe, które odbiegały od nauk mediodoznawczych. Toteż gdy powstała nowa dziedzina badawcza – nauki o mediach – zrodziła się konieczność troski o swoją tożsamość, by nadawać sobie właściwy bieg rozwoju. W tym kontekście zostaną omówione: ogólna charakterystyka tożsamości, medialność jako składnik współczesnej tożsamości i nauki o mediach, jako obszar nauk społecznych i humanistycznych.

## 2. TOŻSAMOŚĆ – OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

Minister nauki i szkolnictwa wyższego 8 sierpnia 2011 r. stwierdził, że dziedzinę nauki zajmującą się mediami, czyli medioznawstwo, należy przyporządkować do obszaru nauk społecznych pod nazwą – *nauki o mediach*. Takie ujęcie stało się istotnym wydarzeniem, gdyż w języku polskim – jak zauważyła Iwona Hofman – „nie odróżnia się dziennikarstwa jako nauki i jako praktyki”<sup>1</sup>. Dodatkowo plusem rozporządzenia jest wyzwolenie się dyskusji nad statusem i tożsamością nauk o mediach i konsolidacja środowiska. W tym kontekście zostaną omówione – w drodze po tożsamość i składniki tożsamości.

### 2.1. W DRODZE PO TOŻSAMOŚĆ

Niewątpliwie należy podkreślić, że środowisko znawców mediów jest w przełomowym momencie własnej drogi. Droga ta jest próbą zdefiniowania własnej tożsamości. Tożsamość więc jest autodefinicją. To zbiór wyobrażeń, przekonań i sądów o samym sobie. To kwestia zaproponowania pojęcia „koncepcji siebie”, która wiąże się z całym repertuarem pełnionych ról przez tę dziedzinę nauki<sup>2</sup>. Chodzi więc o pytanie: Nauki o mediach – co same mówicie o sobie? Odpowiedź na tak postawione pytanie jest istotna, gdyż w analizach postrzegania nauk o mediach trzeba uwzględnić wpływ sposobu pojmowania siebie na kierunek i formy aktywności w interakcji ze społeczeństwem.

Oznacza to, że instytuty prowadzące kierunek „dziennikarstwo i komunikacja społeczna” muszą przebyć drogę ukonstytuowania się własnej tożsamości, a wsparte kompetentnymi periodykami naukowymi i refleksjami naukowców dyscyplin zaprzyjaźnionych, uniezależnić się od dziedzin, które mają chęć przyjęcia nauk o mediach pod swoją znaczącą opiekę<sup>3</sup>. Nie chodzi więc tylko o głos politologii, psychologii, socjologii, ekonomii, pedagogiki czy informatyki, ale warto również posłuchać wyważonego głosu filozofii i teologii.

### 2.2. SKŁADNIKI TOŻSAMOŚCI MEDIALNEJ

Tożsamość nauk o mediach traktowana jest jako swoisty obszar mediacji między rzeczywistością nowej dziedziny nauki a wymogami życia społecznego, obszar, w którym ustala się istotną formułę egzystencji nowej rzeczywistości naukowej, mającej podstawę w zbieżności jej autoprezentacji z tym, jak ją postrzega społeczne i medialne otoczenie.

---

<sup>1</sup> I. Hofman, *Multiogenetyczność dziennikarstwa w nauce i dydaktyce*, Roczniki Nauk Społecznych 7 (2017), nr 3, 113.

<sup>2</sup> Por. Z. Bokszański, *Tożsamość*, w: *Encyklopedia socjologii*, t. 4, red. Z. Bokszański [et al.], Warszawa 2002, 252.

<sup>3</sup> Por. M. Jabłonowski, T. Gackowski, *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty*, Studia Medioznawcze 2012, nr 2, 16–17.

Tym sposobem medialność lub teleobecność stanowi wyraz tożsamości medialnej. Derrick de Kerckhove teleobecność charakteryzuje następującymi wyznacznikami:

- **współdzielona przestrzeń** – która może być elektroniczna lub wirtualna, nie dewaluując jej realności,
- **współdzielony czas** – w czasie rozmowy telefonicznej, albo w trakcie trwania wideokonferencji porozumiewający się ludzie, współdzielą ten sam fragment czasu absolutnego (choć niekoniecznie musi być to ten sam czas, ze względu na różne strefy czasowe),
- **współdzielone paauzy** – będące odczuciem obecności kogoś i elementem prawdziwej komunikacji<sup>4</sup>.

Mając świadomość medialnej tożsamości, nawet papież Franciszek, przemawiając do uczestników międzynarodowego kongresu poświęconego godności nieletnich w świecie cyfrowym, podkreślił, że „żyjemy w nowym świecie, jakiego za młodu nie mogliśmy sobie nawet wyobrazić. Określamy go dwoma prostymi słowami – «świat cyfrowy» – «digital Word» – lecz jest on owocem nadzwyczajnego wysiłku nauki i techniki, który w ciągu kilku dziesięcioleci przeobraził nasze środowisko życiowe i nasz sposób komunikowania i życia, a także przeobraża w pewnym sensie nasz sposób myślenia i bycia, wywierając głęboki wpływ na postrzeganie naszych możliwości i naszej tożsamości”<sup>5</sup>.

### 3. MEDIALNOŚĆ JAKO SKŁADNIK WSPÓŁCZESNEJ TOŻSAMOŚCI

Współczesność coraz rzadziej wyraża się językiem, a coraz częściej obrazem. Język przestaje symbolizować świat, gdyż tworzy kod, który komplikuje rzeczywistość. Dlatego medialność postrzegana jest jako wartość związana z kulturą ponowoczesności, w której dominuje *homo internetus*, zmieniając naturę człowieka z kultury pisanej na kulturę wizualną<sup>6</sup>. Nie może więc dziwić zachęta papieża Franciszka, aby poznawać i doceniać nową kulturę komunikacji, która jest zdolnością wykraczania poza siebie i sztuką odnajdowania się w większym podmiocie wspólnotowym<sup>7</sup>. W tym kontekście zostaną przedstawione: dominacja obrazu i medialność jako wartość.

---

<sup>4</sup> Por. D. de Kerckhove, *Inteligencja otwarta: narodziny społeczeństwa sieciowego*, wstęp i oprac. W. Rowland, tłum. z ang. A. Hildebrandt, R. Glegoła, Warszawa 2001, 80–81; Por. M. Szpunar, *Kultura obrazu a ikonosfera internetu*, *Studia Medioznawcze* 2008, nr 3, 105–124.

<sup>5</sup> Franciszek, *Franciszek, Mroczne regiony internetu. Przemówienie do uczestników międzynarodowego kongresu poświęconego godności nieletnich w świecie cyfrowym (6 X 2017)*, L'Osservatore Romano (wyd. polskie) (2017), nr 11, 13.

<sup>6</sup> Por. M. Mołęda-Zdziech, *Rola mediów w kształtowaniu tożsamości współczesnego człowieka*, w: *Tożsamości narodowe w Europie – ciągłość i zmiana*, red. E. Firlit, Warszawa 2014, 167.

<sup>7</sup> Por. R. Nęcek, *Edukacja medialna w nauczaniu społecznym papieża Franciszka*, Wprowadzenie kard. Luis H. Villalba, Kraków 2016, 113–114.

### 3.1. DOMINACJA OBRAZU

Media stały się z jednej strony źródłem wiedzy, porad, rozrywki, pełniąc w społeczeństwie różnego rodzaju funkcje, a z drugiej strony są kanałem komunikacyjnym i sposobem spędzania wolnego czasu. Będąc czymś tak oczywistym w wymiarze indywidualnym i społecznym, kreują codzienność<sup>8</sup>. Oznacza to, że medialność jest przejawem współczesnej kultury, wyrażającej się dominacją obrazu. Mogą być obrazy krzykliwe i wyzywające, przemawiające z mediów, reklam i widowisk. Nawet obrazy dzieciństwa kształtują życiowe wybory i projektują codzienność. Kultura ostatnich dziesięcioleci została zdominowana przez media wizualne. Nastąpiła produkcja i konsumpcja obrazów. Eksplozja fotografii i filmów wyniosła obraz na piedestał. Tym sposobem obraz postrzegany jest jako nośnik informacji, emocji, wiedzy i wartości. Przykładowo w telewizji obraz jest istotniejszy niż przekazywana informacja. Dlatego ważna informacja nie poparta obrazem nie wytrzymuje konkurencji z mało istotnym przekazem, ale popartym przekazem obrazowym. Taki stan rzeczy stworzył niebezpieczeństwo wykorzystywania obrazu w celach ideologicznych, manipulacyjnych i perswazyjnych. Powstaje więc rzeczywistość, w której mamy do czynienia z przeciążeniem obrazowym, gdyż nie da się nadażyć za odbieraniem z ekranów telewizyjnych następujących po sobie wielości obrazów. Dodatkowo sprawę potęguje fakt, że jeden obraz może być odbierany na różne sposoby przez różnych ludzi, wywołując diametralnie przeciwstawne skojarzenia<sup>9</sup>.

### 3.2. MEDIALNOŚĆ JAKO WARTOŚĆ

Nie trzeba specjalnie podkreślać, że media pośredniczą w naszych codziennych aktywnościach i wspomagają w wypełnianiu zobowiązań, które wynikają z ról pełnionych przez człowieka w życiu społecznym. Oznacza to, że wspomagają budowanie naszej tożsamości, stając się coraz częściej kreatorem i motorem współczesności. Słusznie więc Małgorzata Mołęda-Zdziech zauważa, że „ponowoczesny kontekst, w który wpisuje się proces mediatyzacji, uczynił z medialności wartość, a przez to element tożsamości współczesnego człowieka”<sup>10</sup>. Medialność więc ma wartość:

- **społeczno-kulturową**, gdyż „dzięki rewolucji cyfrowej – jak podkreśla Jerzy Jastrzębski – upowszechnieniu się oświaty i względnemu dobrobytowi, przy wzrastającej ilości wolnego czasu nareszcie <wszystko jest dla wszystkich> i wszyscy z tego korzystają”<sup>11</sup>,
- **polityczną**, gdyż jest atutem w kampanii wyborczej świata politycznego,
- **ekonomiczną**, gdyż staje się wymierną wartością w marketingu<sup>12</sup>,

<sup>8</sup> Por. O. Dąbrowska-Cendrowska, *Guidetainment w polskich mediach – analiza zjawiska na wybranych przykładach*, Media i społeczeństwo 2015, nr 5, 36.

<sup>9</sup> Por. M. Szpunar, art.cyt., 105–124.

<sup>10</sup> M. Mołęda-Zdziech, dz.cyt., 159.

<sup>11</sup> J. Jastrzębski, *Doświadczenie kultury*, Wrocław 2015, 56.

<sup>12</sup> Por. M. Mołęda-Zdziech, dz.cyt., 168.

- **filozoficzną**, gdyż stwarza możliwości atrakcyjnego dialogu różnych wrażliwości etycznych,
- **teologiczną**, gdyż jest refleksją nad moralnym wymiarem działania i wpływu mediów, dodatkowo staje się świetną promocją orędzia Ewangelii, umiejącą tworzyć wspólnotę wiary i Kościoła.

#### 4. NAUKI O MEDIACH – OBSZAREM NAUK SPOŁECZNYCH I HUMANISTYCZNYCH

Niewątpliwie nauki o mediach opierają się na tradycji nauk społecznych i nauk humanistycznych. Mając tego świadomość, Marek Jabłonowski i Tomasz Gackowski zauważyli, że otoczenie przedmiotowe *nauk o mediach* jest tak „różnorodne i wielosektorowe, że można zaryzykować tezę, iż są one, jeśli nie jedyną, to na pewno jedną z nielicznych dyscyplin naukowych, która łączy w sobie tak wiele aspektów innych dziedzin nauki – w swoim przedmiotowym i podmiotowym charakterze”<sup>13</sup>. Naukowcy w swoich badaniach odwołują się do teorii i metod różnych dyscyplin naukowych. Wystarczy wymienić chociażby antropologię kulturową, filmoznawstwo czy kulturoznawstwo. W tej perspektywie warto przybliżyć wpływ mediów na wszystkie dziedziny życia, nowe media jako media bez granic i interdyscyplinarność nauk o mediach.

##### 4.1. WPŁYW MEDIÓW NA WSZYSTKIE DZIEDZINY ŻYCIA

Szybki rozwój mediów stworzył możliwości błyskawicznego dostępu do informacji, co wyzwoliło płaszczyznę porównywania różnych opinii na różne określone zagadnienia. Nieprzypadkowo więc Teresa Sasińska-Klas zauważyła, iż „mediatyzacja sfery publicznej, którą dostrzegamy w otaczającym nas świecie, wnikliwie obserwujemy i poddajemy wnikliwej analizie, wskazuje na zmiany społeczne, jakie zachodzą we współczesnych, technologicznie nasyconych, a więc coraz bardziej nasyconych społeczeństwach”<sup>14</sup>. Dlatego postępująca cyfryzacja powoduje, że codzienna aktywność jest uzależniona od zmediatyzowanej komunikacji<sup>15</sup>. Tym sposobem media kreują politykę, kształtują obraz społeczeństwa, pośredniczą w wymianie informacji, a także dóbr kultury i nauki, kreują naszych idoli, ukazują autorytety i wzory do naśladowania, współtworzą system wartości, dzięki swej niewyobrażalnej sile sugestii kształtują życiowe aspiracje ludzi, często mają wpływ na podejmowane przez nich decyzje życiowe, są jakby uczestnikiem życia codziennego, wpływają na życie rodziny, wpływają na emocje człowieka, jego światopogląd i sposób wypowiedzania się<sup>16</sup>. Można więc zauważyć, że wymienione spektrum potwierdza,

<sup>13</sup> M. Jabłonowski, T. Gackowski, art.cyt., 15–24.

<sup>14</sup> T. Sasińska-Klas, *Mediatyzacja a medializacja sfery publicznej*, *Zeszyty Prasoznawcze* 57 (2014), nr 2, 162–163.

<sup>15</sup> Por. tamże, 164.

<sup>16</sup> Por. K. Witwicka, *Rola mediów we współczesnym świecie i ich wpływ na rozwój młodego człowieka*. w: [www.profesor.pl/publikacja.5543](http://www.profesor.pl/publikacja.5543) [dostęp: 7.03.2018].

że nauki o mediach łączą w sobie wiele aspektów innych dziedzin nauki zarówno w przedmiotowym, jak i podmiotowym sensie, czerpiąc z nauk społecznych i nauk humanistycznych.

#### 4.2. NOWE MEDIA MEDIAMI BEZ GRANIC

Nowe media nabierają znaczenia wyjątkowego, gdyż są mediami bez granic. Oznacza to, że przemiany technologiczne zapisu informacji, to nie tylko forma archiwów w rozumieniu tradycyjnym, ale nade wszystko tak zwany zwrot archiwalny, który przyjmie formę formatowaną przez te technologie w teraźniejszości i przyszłości. Wplatanie się nowych mediów w praktykę życia codziennego powoduje, że granica między codziennością i archiwum wydaje się powoli zacierać<sup>17</sup>.

Nowe media przyjmują coraz częściej wymiar archiwizacji życia codziennego i ocalania przeszłości na wszelkie sposoby. Chodzi więc o archiwum egzystencji. Mając tego świadomość, nowe media stają się okazją do gromadzenia łączy do stron z publicznie gromadzonymi fotografiami, filmiki YouTube z imprez rodzinnych bądź pracowniczych, blogi, w których podaje się przepisy kulinarne, Facebook i Twitter ze statusami: co robię, gdzie jestem, jak żyje i gdzie się wybieram<sup>18</sup>. Nie ulega wątpliwości, że studenci XXI w. swobodnie posługują się nowymi mediami. Używają ich nieustannie. Nawet podczas wykładów oglądają filmiki na YouTube, odbierają i wysyłają smsy i tweety za pośrednictwem iPhone'ów i BlackBerry. Nowe media mają to do siebie, że każdy konsument staje się jednocześnie producentem. Kto czyta blog drugiej osoby, w każdej chwili może założyć swój własny.

Dlaczego nowe media, a w szczególności jeszcze ich nowsze wydanie, czyli nowe media cieszą się takim powodzeniem ponad wszelkimi granicami? Otóż konsument nowych nowych mediów nie płaci za dostęp do oferowanych mu treści. Czasami się zdarza, że nawet jako producent nie musi inwestować w swoją działalność. Ludzie, mając różne talenty, sami wybierają sobie swoje medium. Niektórzy lepiej redagują, niż piszą, dlatego dla nich stworzona jest Wikipedia. Inni lubują się w Twitterze, gdzie swoje myśli – mając inteligencję precyzyjną – potrafią się krótko i zwięźle wypowiedzieć. Dodatkowo w mediach nowych można wyrazić swoją autentyczność, która wynika z braku profesjonalizmu. Nowe media charakteryzuje niespotykana dotąd dostępność, której nie ogranicza program radiowy czy telewizyjny. W końcu nowe media dają możliwość samodzielnej decyzji, kto i kiedy słucha, czyta lub ogląda przekaz audiowizualny<sup>19</sup>. Taki stan rzeczy powoduje, że nowe media to nie tylko płaszczyzna socjologii, pedagogiki, politologii, ale – jak już wspomniano – także filozofii i teologii.

<sup>17</sup> Por. M. Halawa, *Nowe media i archiwizacja życia codziennego*, Kultura Współczesna: teoria, interpretacje, krytyka 2011, nr 4, 28.

<sup>18</sup> Por. tamże, 29.

<sup>19</sup> Por. P. Levinson, *Nowe nowe media*, tłum. z ang. M. Zawadzka, Kraków 2010, 10–14.

### 4.3. INTERDYSCYPLINARNOŚĆ – ZAŁĘTA CZY WADA?

Nauki o mediach korzystają z dorobku wielu innych nauk. Oznacza to, że interdyscyplinarność jest jedyną drogą, na której nauki o mediach mogą się rozwijać<sup>20</sup>. Będąc na styku trzech obszarów naukowych – nauk społecznych, nauk humanistycznych i nauk technicznych – wykazują się otwartością, co świadczy o wyjątkowej dojrzałości. Dlatego interdyscyplinarność stanowi wyjątkową zaletę nauk o mediach, toteż Tomasz Goban-Klas podkreślił, że „nie chiński mur, ale wspólna wielodyscyplinarna, interdyscyplinarna czy transdyscyplinarna współpraca jest potrzebna dla prowadzenia naukowych studiów nad mediami jako kluczowym elementem naszej współczesności i przyszłości”<sup>21</sup>. Interdyscyplinarność nie stanowi obciążenia.

Co więcej, nawet papież Benedykt XVI w Encyklice *Caritas in veritate* zauważył, że „sensu i celów mediów należy szukać w podstawie antropologicznej”<sup>22</sup>. Tym sposobem odwołał się do nauk humanistycznych. Spostrzeżenie papieskie jest niezwykle słuszne, gdyż słabością nauk o mediach byłoby nieprzemyślane izolowanie nauk humanistycznych od nauk społecznych. Dlatego arbitralne podporządkowanie się jednemu obszarowi badań byłoby wypaczeniem sensu i roli nauk o mediach.

## 5. ZAKOŃCZENIE

Reasumując, warto podkreślić, że nauki o mediach wykorzystują metody wywodzące się z wielu dziedzin naukowych. Ich cechą charakterystyczną jest interdyscyplinarność. Każda z wymienionych nauk stanowi odrębną dziedzinę wiedzy z własnym przedmiotem badań. Jednak wszystkie mogą być i często są *metodologicznym rezerwuarem* dla badaczy nauk o mediach, fundamentem jego warsztatu naukowego<sup>23</sup>.

Docenienie interdyscyplinarności nauk o mediach jest niezwykle istotne, gdyż w świecie komunikacji społecznej coraz częściej do głosu dochodzą dziennikarze celebryci. Trzeba się zgodzić z Wiesławem Godzicem, że takich dziennikarzy będzie przybywać, gdyż ich szeregi zaczynają wypełniać media workerzy, pragnący – jak w wielu innych dziedzinach życia – awansować na skróty, nonszalancko i bez wystarczającej realnej wiedzy. Dlatego, zamiast wpadać w bierność, frustrację i jałowe dyskusje, należy postawić na tworzenie szkół, instytutów i wydziałów kładących nacisk na edukację medialną i przyjmowanie przekazów ze zrozumieniem<sup>24</sup>.

<sup>20</sup> Por. A. Adamski, G. Łęcki, *Teologia i nauki o mediach: interdyscyplinarność jako płaszczyzna wspólnej refleksji naukowej o środkach społecznego przekazu*, *Studia Medioznawcze* 2016, nr 1, 14.

<sup>21</sup> T. Goban-Klas, *Od wielo- do interdyscyplinarności (z dziejów wiedzy o komunikowaniu)*, *Studia Medioznawcze* 2013, nr 3, 11.

<sup>22</sup> Benedykt XVI, Encyklika *Caritas in veritate*, nr 73.

<sup>23</sup> Por. M. Jabłonowski, T. Gackowski, art.cyt., 15–24.

<sup>24</sup> Por. W. Godzic, *Okrakiem na barykadzie: dziennikarze i celebryci*, Warszawa 2016, 309.

## BIBLIOGRAFIA

- Adamski A., Łęcicki G., *Teologia i nauki o mediach: interdyscyplinarność jako płaszczyzna wspólnej refleksji naukowej o środkach społecznego przekazu*, Studia Medioznawcze 2016, nr 1, 11–20.
- Bokszański Z., *Tożsamość*, w: *Encyklopedia socjologii*, t. 4, red. Z. Bokszański [et al.], Warszawa: Oficyna Naukowa 2002, 252.
- Dąbrowska-Cendrowska O., *Guidetainment w polskich mediach – analiza zjawiska na wybranych przykładach*, Media i społeczeństwo 2015, nr 5, 35–53.
- Franciszek, *Mroczne regiony internetu. Przemówienie do uczestników międzynarodowego kongresu poświęconego godności nieletnich w świecie cyfrowym (6 X 2017)*, L'Osservatore Romano (wyd. polskie) (2017), nr 11, 12–15.
- Goban-Klas T., *Od wielo- do interdyscyplinarności (z dziejów wiedzy o komunikowaniu)*, Studia Medioznawcze 2013, nr 3, 11–21.
- Godzic W., *Okrakiem na barykadzie: dziennikarze i celebryci*, Warszawa: Prószyński Media 2016.
- Halawa M., *Nowe media i archiwizacja życia codziennego*, Kultura Współczesna: teoria, interpretacje, krytyka 2011, nr 4, 27–41.
- Hofman I., *Multigenetyczność dziennikarstwa w nauce i dydaktyce*, Roczniki Nauk Społecznych 7 (2017), nr 3, 113–124.
- Jabłonowski M., Gackowski T., *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulatory*, Studia Medioznawcze 2012, nr 2, 15–32.
- Jastrzębski J., *Doświadczenie kultury*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2015.
- Kerchhove D. de, *Inteligencja otwarta: narodziny społeczeństwa sieciowego*, wstęp i oprac. W. Rowland, tłum. z ang. A. Hildebrandt, R. Glegoła, Warszawa: „Mikom” 2001.
- Levinson P., *Nowe nowe media*, tłum. z ang. M. Zawadzka, Kraków: Wydawnictwo WAM 2010.
- Molęda-Zdziech M., *Rola mediów w kształtowaniu tożsamości współczesnego człowieka*, w: *Tożsamości kulturowe w Europie – ciągłość i zmiana*, red. E. Firlit, Warszawa 2014, 159–176.
- Nęcek R., *Edukacja medialna w nauczaniu społecznym papieża Franciszka*, Wprowadzenie kard. Luis H. Villalba, Kraków: Wydawnictwo Salwator 2016.
- Sasińska-Klas T., *Mediatyzacja a medializacja sfery publicznej*, Zeszyty Prasoznawcze 57 (2014), nr 2, 162–175.
- Szpunar M., *Kultura obrazu a ikonosfera internetu*, Studia Medioznawcze 2008, nr 3, 104–124.
- Witwicka K., *Rola mediów we współczesnym świecie i ich wpływ na rozwój młodego człowieka*, w: [www.profesor.pl/publikacja,5543](http://www.profesor.pl/publikacja,5543) [dostęp: 7.03.2018].

## MEDIA STUDIES – IDENTITY IN INTERDISCIPLINARY ASPECT

## Summary

Thanks to media the world has become a global village. Media have tremendous influence on the perception of reality. Hence, we should focus on media education. Besides it is worth noting an interdisciplinary aspect of media studies because in the world of social communication journalistic celebrities are going to become more and more popular. Among them there are many media workers who want to take shortcuts to promotion nonchalantly and without sufficient genuine knowledge. For that reason instead of getting stuck in passivity, frustration and empty discussions we should get involved in the formation of schools, universities and departments focusing on media education and intelligent message reception.

**Key words:** identity, media, media education



**Nota o Autorze**

Ksiądz **Robert NĘCEK** – prezbiter archidiecezji krakowskiej, doktor habilitowany nauk społecznych, kierownik Katedry Edukacji Medialnej w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, dwukrotnie otrzymał nagrodę rektorską UPJP2 za wybitne osiągnięcia dydaktyczne i organizacyjne (2010, 2017). Autor książki *L'educazione mediale nell'insegnamento sociale di Papa Francesco* (Prefazione del Cardinale Luis Hector Villalba, IF Press 2016). Laureat Feniksa Specjalnego 2017 za książkę *Edukacja medialna w nauczaniu społecznym papieża Franciszka*. Od 2010 r. jest konsultorem Rady ds. Środków Społecznego Przekazu Konferencji Episkopatu Polski. Od 2018 r. zasiada w Radzie Programowej „Gościa Niedzielnego”.  
Kontakt e-mail: [robert.neczek@upjp2.edu.pl](mailto:robert.neczek@upjp2.edu.pl)