



<http://dx.doi.org/10.16926/pe.2019.12.06>

Magda KARKOWSKA

<https://orcid.org/0000-0002-8769-840X>

Uniwersytet Łódzki

Kontakt: magda.karkowska@now.uni.lodz.pl

Jak cytować [how to cite]: Karkowska, M. (2020). Medialne konstrukcje tożsamości w dobie pandemii – implikacje rozwojowe i edukacyjne. *Podstawy Edukacji. Dyskusje wokół kultury popularnej jako edukacyjnej przestrzeni*, 13, 87–103.

Medialne konstrukcje tożsamości w dobie pandemii – implikacje rozwojowe i edukacyjne

Streszczenie

Celem postawionym sobie przez autorkę artykułu jest dokonanie analizy sposobu, w jaki pojawiające się w dobie pandemii COVID-19 w mediach treści wpływają na kształtowanie tożsamości odbiorców. Stawiam pytanie, czy we właściwy sposób spełniają one swoje funkcje – będąc z założenia miejscem konstruowania przeżyć, doznań, opinii i doświadczeń odbiorców? Jaka wizja świata wyłania się po lekturze materiałów, których przedmiotem zainteresowania są przemiany społeczne wywołane epidemią? W poszukiwaniu odpowiedzi na te pytania korzystam z takich narzędzi analitycznych, jak funkcje i modele tożsamości.

Stawiam tezę o naruszeniu rozwojowej idei asymilacji jednostki z kulturą oraz naruszeniu integralności psychiki w odniesieniu do trzech ujęć tożsamości: socjologicznego, psychologicznego i filozoficznego, ilustrując analizę przykładami zaczerpniętymi z mediów z okresu od 20 marca do 25 kwietnia 2020 roku.

Słowa kluczowe: tożsamość, media, edukacja, rozwój, pandemia.

Wprowadzenie

Kultura jako środowisko życia człowieka, a zarazem źródło wartości, podlega ciągłym przemianom. Jako ponadjednostkową jakość kulturę można traktować dwojako: bywa ona rozumiana jako *paideia* i jako **towar** (Suchodolski, 1967,

s. 8). Oba sposoby rozumienia implikują określone wyzwania edukacyjne. Przy podejściu pierwszym uwzględnić trzeba jej edukacyjno-aksjologiczny aspekt, przy drugim – odwołać się do konsumpcyjnego charakteru tejże. Społeczeństwo informacyjne, w którym żyjemy, wywiera znaczący wpływ na przemiany w dziedzinie edukacji i wychowania, modyfikując procesy przyswajania wartości, norm, stylów życia propagowanych przez media.

Era informacji, która zapoczątkowana została osiągnięciem przez kulturę stadium prefiguratywnego (Mead, 1972), przyniosła swoistą rewolucję edukacyjną dotyczącą wiedzy, wartości, sposobów nauczania, organizacji pracy w szkole, roli nauczyciela i ucznia (Siemieniecki, 1999, s. 39–51).

Człowiek jest zarówno dłużnikiem, jak i twórcą kultury – w procesie wychowania internalizuje całą jej warstwę symboliczną, która, pełniąc między innymi funkcję integracji i emancypacji w wymiarze społecznym, odgrywa zarazem pozytywną, osobowościowo twórczą rolę w wychowaniu i edukacji. Może ona nawet w takim ujęciu wywierać na człowieka wpływ destrukcyjny, który ma określone konsekwencje rozwojowe. Ponad 50 lat temu Bogdan Suchodolski wskazywał na cztery podstawowe przyczyny powyższego stanu rzeczy:

- po pierwsze, żyjemy w dwu odrębnych systemach cywilizacyjnych: cywilizacji naukowo-technicznej i kulturze humanistycznej, których wymagania wobec człowieka wzajemnie się wykluczają: komercjalizacja, stan technopolu, rozumianego jako schyłek wartości humanistycznych przebiegający z prymatem urzeczowienia człowieka i podporządkowania jego duchowych potrzeb wybujałej konsumpcji, blokuje rozwojową funkcję kultury, powodując, że człowiek podlega manipulacji i przemocy symbolicznej;
- po drugie, globalne traktowanie kultury, trywializacja jej treści prowadzą do spłyconego uczestnictwa w kulturze, ograniczając jej funkcję do rozrywki;
- po trzecie, kryzys gospodarczy powoduje wycofywanie się z uczestniczenia w kulturze nawet w powyższym, zawężonym znaczeniu, przyczyniając się do upowszechniania modelu życia wyłączającego treści intelektualne czy artystyczne jako element egzystencji o charakterze humanistycznym, typowo ludzkim;
- po czwarte wreszcie, rozwój cywilizacji powoduje kryzys w wymiarze ogólnospołecznym: wzrost nędzy, zagrożenia ekologicznego, nuklearnego, poziomu konfliktów etnicznych, prowadzący do negacji najwyższej wartości, jaką jest życie ludzkie. Również i kultura w takich warunkach traci swą siłę wyrazu, moc kreacji i wyodrębniania człowieka jako jej twórcy spośród innych istot żywych (Suchodolski, 1967).

Przedstawione wymiary kryzysu kulturowego utrudniają realizację funkcji kultury związanych z ochroną życia ludzkiego, integracją poprzez uniwersalne wartości, szerzeniem tolerancji i szacunku dla odmienności. Idea kultury jako ponadjednostkowej rzeczywistości o wymiarze prospołecznym i wartościach edukacyjnych zaczyna ustępować miejsca kulturze popularnej, której treści, nie

związane z kanonem, pełnią przede wszystkim funkcję rozrywki i hedonizmu w miejsce emancypacji czy integracji charakterystycznych dla kultury wysokiej (dominującej).

Podjęcie skoncentrowane na traktowaniu kultury jak jeden z wielu towarów dostępnych na rynku ma negatywne konsekwencje dla jej rozwoju. Podlegając jego prawom, kultura ulega stopniowej degradacji w myśl zasady: to, czego nie można (łatwo) sprzedać, nie ma wartości. Należy zatem dążyć do tego, by produkty kultury były ładnie opakowane, łatwo przyswajalne, dostępne szerokim rzeszom odbiorców. Zwiększaniu popytu na dobra tak rozumianej kultury nie służy promowanie tego, co wartościowe, choć wymagające wysiłku interpretacyjnego, ani tego, co rozwija sferę duchową człowieka, służą temu natomiast działania promujące określone treści (reklama, przychylne recenzje w mass mediach, rozbudzanie zainteresowań treściami mniej ambitnymi, ale przystępniejszymi w odbiorze, szeroka dostępność muzyki i filmów na kanałach muzycznych i portalach internetowych). Dostarcza to w przypadku reklamy informacji o dostępności produktu, ale też prowadzi do lansowania i kreowania lokalnych gwiazd, czy raczej osób które są znane z „bycia znanymi”, zmian mód i trendów, rzadziej kształtuje określone zainteresowania i postawy oparte na świadomym uczestnictwie w kulturze.

Konsekwencje urzeczowienia kultury są szerokie i obejmują m.in.: rozwój przemysłu rozrywkowego i preferowanie jedynie ludyczno-rekreacyjnych upodobań odbiorców, regres treści kultury wysokiej jako nieopłacalnej, zwiększenie dystansu między kulturą elitarną a popularną, a także niedostępność, także finansowa, produktów pierwszego nurtu dla szerokiego odbiorcy, co powoduje, że obniża się estetyczny gust odbiorców – znają oni tylko to, co popularne, masowe, a więc i tanie.

Jeśli więc będziemy traktować kulturę jedynie – czy przede wszystkim – jako towar, wkrótce dojdzie do obniżenia jej wartości, homogenizacji treści, a tym samym straci ona wartości wychowawcze.

* * *

Wybuch pandemii COVID-19 zaskoczył wszystkich.

Jedni reagowali na wiadomość o rozprzestrzeniającej się w Azji, a następnie w Europie i na innych kontynentach, infekcji niedowierzaniem, u innych dominowały zaprzeczenie bądź lekceważenie istniejącego zagrożenia. U niektórych osób pojawił się strach, a nawet panika, ale na pewno nikt, niezależnie od miejsca zamieszkania, nie był przygotowany na bezpośrednie i późniejsze skutki wybuchu epidemii. Nasze myśli, wypowiedzi i oceny podążały albo w kierunku świadomego wytworzenia pewnego stanu adaptacji do zaistniałej sytuacji, albo mniej świadomie – wyparcia emocji jej towarzyszących.

Pandemia spowodowana niedawno odkrytym koronawirusem oddziałuje na nas w aspekcie zarówno gospodarczym, społecznym, jak i emocjonalnym. W po-

niższym artykule zajmę się analizą dwóch ostatnich rodzajów wpływu, z odniesieniem do procesu konstruowania naszej tożsamości.

Czynnikami modyfikującymi ów wpływ są bez wątpienia media, ponieważ to przekaz medialny dostarcza wiedzy o bieżących wydarzeniach, kształtuje sposób ich postrzegania, a także modyfikuje nasze wyobrażenia na temat przyszłości.

Media jako alternatywna rzeczywistość

Media są swoistym lustrem rzeczywistości, a powstające pod wpływem medialnych przekazów obrazy i reprezentacje te same są naturalną podstawą postrzegania i rozumienia zjawisk otaczającego świata.

Jak zauważa Maria Czerepaniak-Walczak (Czerepaniak-Walczak, 2011, s. 152–158) świat, jaki oferują media jest miejscem aktualizacji, kontynuacji i konstruowania przeżyć, doznań, doświadczeń, marzeń czy fantazji tych, którzy w nim uczestniczą, oglądając telewizję, odwiedzając strony internetowe, pisząc na forach, grając w gry i wykonując wiele innych aktywności związanych z ofertą mediów.

Uczestniczenie w rzeczywistości wirtualnej oferuje możliwość interpretowania własnego położenia, konfiguracji poszczególnych elementów w wyobrażonym środowisku, a następnie konstruowania określonych planów dotyczących aktywności podmiotu, co może zostać wykorzystane jako trening działania w specyficznych sytuacjach w rzeczywistości.

Wspomniana przeze mnie Autorka zwraca uwagę na fakt, że rzeczywistość wirtualna oferuje wiele możliwości poszerzania przestrzeni poznawczej i rozwijania wyobraźni poprzez uczestnictwo w nowych sytuacjach, symulacyjne aktywności (w związku z wykorzystywaniem w edukacji formalnej i nieformalnej internetowych szkoleń, animacji czy inscenizacji pojawiło się nowe określenie na rodzaj aktywności będącej połączeniem zabawy z edukacją – *edutainment*). Z takimi formami edukacji wiąże się jednak i niebezpieczeństwo – potraktowania szczególnie przez nieprzygotowanego widza/odbiorcę rzeczywistości wirtualnej tak samo jak realnej.

Transfer informacji nie ma przecież charakteru wybiórczego.

Chodzi zatem o takie pokierowanie korzystaniem i przebywaniem w wirtualnej czy poszerzonej rzeczywistości, by w odpowiedni sposób wydobyć potencjał rozwojowy z oferowanych treści.

W ostatnich tygodniach, kiedy nasze życie zostało naznaczone epidemią COVID-19, rola mediów w kształtowaniu obrazu świata i kreowaniu tożsamości odbiorców znacząco wzrosła. Zaryzykuję nawet stwierdzenie, że nigdy nie była większa. Siła tego oddziaływania spowodowana jest izolacją społeczną, jaka stała się podstawowym wskazaniem profilaktycznym, a ponadto poszukiwaniem i chęcią weryfikowania informacji na temat choroby, jej zapobiegania, wskazań lecz-

nicznych, porównywania sytuacji w Polsce i innych krajach, a także – śledzenia poczynań rządu w zakresie chronienia obywateli.

Przekaz medialny – edukacja czy (dez)informacja?

Analiza treści medialnych, ich charakteru wskazuje jednak, że media przeostały pełnić edukacyjną funkcję, a w jej miejsce zaczęły dezintegrować tożsamość odbiorców poprzez poszukiwanie taniej sensacji, zastępowanie rzeczowego przekazu promowaniem paniki i strachu, kreowaniem katastrofizmu. Pojawiają się w przekazach medialnych jako efekt ich oddziaływania próby załamania poczucia sensu codzienności i przyszłości oraz naruszenie rozwojowej idei asymilacji jednostki z kulturą wyrażonej słowami „jeśli coś potrafisz, jesteś kimś”.

Zdaję sobie sprawę z powagi powyższych stwierdzeń, dlatego też postaram się je szczegółowo uzasadnić.

Naruszenie integralności psychiki odbiorców będące następstwem większości przekazów medialnych odbywa się na trzech poziomach, odnoszących się do ujęć: socjologicznego, psychologicznego i filozoficznego tożsamości (Callo, 2006).

Pierwsze z nich, podkreśla przynależność i stopień integracji jednostki z pewną całością, wspólnotą, grupą, ze społeczeństwem wreszcie. W chwili obecnej dominująca większość przekazów medialnych¹, ich treści i dystrybucja nikogo nie integruje, wręcz przeciwnie – dzieli. Zamiast jednoczyć ludzi w walce z zagrożeniem zdrowia i życia, być może najpoważniejszym na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat – telewizja publiczna (TVP) uprawia propagandę sukcesu w walce z epidemią, która to propaganda stoi niczym krzywy stołek na trzech nogach: symbolicznej liczbie testów wykonywanych głównie osobom wykazującym objawy choroby, w związku z czym liczba wykrytych zarażeń zmniejsza się lub bardzo nieznacznie wzrasta (inni członkowie społeczeństwa o takim teście w ogóle mogą zapomnieć – co oczywiście winą mediów nie jest), zmieniających się opiniach na temat przydatności używania maseczek zasłaniających usta i nos, a także cytowaniu niemających żadnego pokrycia w praktycznych działaniach obietnicach pomocy dla gospodarki ze strony rządu (słynny projekt tarczy antykryzysowej, którego racjonalność trudno ocenić nawet ekspertom, podobnie jak odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób miałyby być na dłuższą metę finansowane skoro w państwowej kasie mamy pustki).

To nie media ponoszą odpowiedzialność za zaistniałą sytuację. Oczywiście, że nie. Ale to media zapraszają i proszą o wypowiedzi ekspertów wygłaszających przeciwstawne opinie na temat choroby, propagując wypowiedzi w rodzaju: „wirus czyha na schodach, klatkach i w windzie [...] Jeśli musicie wyjść lub nie wytrzymujecie już w domu, to ZAPLANUJCIE WYJŚCIE, ale ZAPLANUJCIE

¹ Przedmiotem mojej analizy są przede wszystkim treści publikowane między 20.03 a 25.04.2020 w portalach Onet.pl, wirtualna polska.pl oraz nadawane przez program 1 TVP

całą drogę krok po kroku JAK SAPER NA POLU MINOWYM. Stosujcie maseczki, okulary i rękawiczki”, czy też „trzymajcie się, bo będzie mocno bujać[...] kto może niech poprosi lekarza o wizytę u rodziców żeby im podać kroplówkę, kiedy już zabraknie miejsc w szpitalach”² – trudno powiedzieć, czy bardziej przerażająca jest treść komunikatu, czy fakt, że jest to wypowiedź lekarza? Nie chodzi mi o kreowanie nibylandii, sztucznej rzeczywistości, lukrowanie obrazu świata. Ale chodzi o przysięgę Hipokratesa, o uczciwość, etykę zawodową i pewną prostą zasadę: *primum non nocere*. Szkodzić można w różny sposób, także słowem. Cytowany rozmówca właśnie to czyni: obok mało realistycznie sformułowanych wskazówek i porad (co z tymi czytelnikami, którzy nie mają zaprzyjaźnionego lekarza, co jeśli ktoś z przyczyn spowodowanych ceną i dostępnością nie może nabyć gogli, a także wystarczającej ilości rękawiczek i maseczek? co z osobami, które muszą codziennie wychodzić z domu po zakupy, po to by pomóc komuś starszemu czy wyprowadzić na spacer psa?) straszy pacjentów, a zatem szkodzi słowem.

Drugie z ujęć – psychologiczne, mówi, że istotą tożsamości jest wewnętrzna równowaga, zgoda z samym sobą. Tylko jak osiągnąć tę równowagę, jak w trudnym czasie starać się o zgodność myśli, uczuć i głoszonych sądów, będącą podstawą stabilności psychiki, kiedy w popularnej stacji radiowej słyszymy taką oto rozmowę:

– Kilka tygodni temu mówił Pan, że maseczki ochronne nie pomagają... – zaczął dziennikarz.

– Nie pomagały – wtrącił Szumowski.

– Aha, czyli teraz już pomagają?

– Teraz pomagają w zupełnie innym aspekcie. Maseczki nie chroniły nas wtedy i nie chronią dzisiaj. Maseczki chronią innych przed nami, jeśli mamy zakażenie. Kiedyś osób zakażonych w populacji było niezwykle mało. Teraz jest ich wciąż mało, ale coraz więcej. W związku z tym zaczyna być zasadne to, żebyśmy wszyscy, niezależnie od tego, czy uważamy, że jesteśmy chorzy, czy nie, nosili je, bo statystycznie rzecz biorąc, coraz częściej na ulicy spotykamy osobę, która jest zarażona – tłumaczył minister³.

Z wypowiedzi powyższej dla logicznie myślącej osoby wynikają dwa wnioski: maseczka chirurgiczna, (a pewnie również inna) różni się przepuszczalnością w zależności od strony – nie przepuszcza wirusów na zewnątrz, ale przepuszcza do wewnątrz. Ewentualnie, że skuteczność stosowania maseczek różni się w zależności od stadium, w jakim znajduje się epidemia. I choć zrozumiałe jest, że każda osoba pełniąca funkcje publiczne żyje w dużym stresie, z racji przeżywanych napięć i zakresu odpowiedzialności doświadcza rozdźwięku między wymiarami jaźni – Me i I (Mead, 1977), czynniki te jednak nie muszą i nie powinny

² <https://dziennikzachodni.pl/dr-maciej-jedrzejko-zaleca-jak-przygotowac-sie-na-atak-covid19-nasz-organizm-moze-poradzie-sobie-z-choroba-ale-musi-byc-silny/ar/c1-14886263> [dostęp: 21.04.2020]. Pełna lista wskazań znajdowała się na facebooku lekarza

³ <https://www.tokfm.pl/Tokfm/7,103087,25884738,sluchacz-tok-fm-wypomniat-szumowskiemu-zmiane-zdania-ws-maseczek.html> [dostęp: 21.04.2020].

sumować się w obraz manipulacji werbalnej, który z autorem tej wypowiedzi zostanie na długo, o ile nie na zawsze. To nie pracownik portalu powiedział – zgoda – ale pracownik poprosił o autoryzację ministra, a następnie wyemitował nagranie. Nie, nie chodzi o cenzurę w mediach – chodzi o prostą analizę funkcji – po co są media – i wyciągnięcie wniosków czy wypowiedź taka do mediów się nadaje? I czemu/komu służy? W jaki sposób poprawia społeczny poziom świadomości dotyczącej zagrożenia chorobą?

Trzecie ujęcie tożsamości – filozoficzne – zakłada, że podstawą konstruowania tożsamości jest zgodność myślenia i poznania podmiotu ze światem. Chodzi o to, by informacje, szczególnie pochodzące z równoprawnych źródeł wzajemnie się nie wykluczały, bo nie będziemy w stanie wytworzyć koniecznego dla psychicznej stabilności poczucia bezpieczeństwa i pewności, że to co czytamy/słyszymy/oglądamy w przekazie publicznym nosi znamiona prawdy.

I tak, możemy przeczytać: „wirus utrzymuje się w powietrzu 3 minuty / do kilku godzin”, „trzeba myć produkty żywnościowe / przeniesienie wirusa z pożywieniem jest bardzo mało prawdopodobne”, „wirusa można przenieść na butach / nie ma żadnego sensu w dezynfekowaniu obuwia i odzieży, o ile nie byliśmy na oddziale szpitala zakaźnego”, „osoby, które przechorowały zakażenie COVID-19 są odporne i po raz drugi nie chorują / nie wiadomo czy można więcej niż raz zachorować na COVID-19” to tylko kilka przykładów bełkotu informacyjnego, z którym styka się na co dzień odbiorca portali informacyjnych (m.in. gazeta.pl).

Tak więc w zakresie podstawowych funkcji mediów, takich jak :informacja czy edukacja w dobie epidemii jesteśmy nie tylko manipulowani, ale doświadczamy dezinformacji, przesytu, stykamy się z sądami spekulatywnymi, wpadamy w pułapki „eksperckości”. Wiadomości są hierarchizowane na podstawie trudnych do zidentyfikowania kryteriów, w wyniku czego doświadczamy poczucia wszechobecności wirusa, co prowadzi do obaw, strachu o ile nie paniki u odbiorców, dezintegruje też sferę psychiczną w wymiarze poznawczym i emocjonalnym, czego przykładów dostarczyłam wyżej. Dezinformacja pozostaje w konflikcie z charakterystyczną dla czwartej rewolucji przemysłowej potrzebą prawdziwych i aktualnych informacji (Poniewierski, 2019).

Dokonawszy analizy i dostarczywszy przykładów dezintegrującego oddziaływania mediów na proces konstruowania tożsamości w odniesieniu do składowych poczucia tożsamości, zastosujemy jeszcze inne narzędzie analizy, a mianowicie przyjrzymy się relacji przekazów medialnych do funkcji tożsamości, opisywanych przez Marię Majczyńską (Majczyńska, 2000).

Autorka ta wymienia następujące funkcje tożsamości : relacyjną, sprawstwa oraz uaktualnienia potencjalności. Ich realizacja i rozwojowe znaczenie pozostają w ścisłym związku z chaosem informacyjnym, tendencją do eskalowania strachu, a nawet wzbudzania paniki za cenę „klikania” w niepokojąco brzmiące tytuły wiadomości, artykułów czy relacji.

Funkcja relacyjna tożsamości opisuje jakość kontaktów z innymi, wynikającą z tego jaki /a jestem, jak traktuję siebie i innych. Jest tu oczywiście psychologiczna podbudowa, odniesienie do dzieciństwa i doświadczeń społecznych z młodości – łatwiej wybaczymy błędy innym, gdy nauczono nas akceptować swoje niedociągnięcia, jesteśmy bardziej otwarci, serdeczni wówczas, gdy sami byliśmy dobrze traktowani etc. Treści medialne, to z czym stykamy się w publicznej telewizji, w prasie czy na portalach internetowych w związku z epidemią COVID-19 wystawiają realizację funkcji relacyjnej, w oparciu o wykorzystywanie jaźni odzwierciedlonej do budowania siebie, na poważną próbę. Podobnie jest ze społecznymi kontaktami. Po pierwsze, poziom frustracji społecznej spowodowany zagrożeniem zdrowia i życia, a także destabilizacją zawodowej przyszłości u większości z nas w związku z „zamknięciem” gospodarki rośnie, a wraz z nim rośnie poziom agresji w wypowiedziach na forach internetowych. Wypowiedzi takie, zaryzykuję stwierdzenie, pełnią nierzadko rolę wentyla bezpieczeństwa – ich lektura utwierdza w przekonaniu, że autorom nie chodzi o głos w dyskusji, wyrażenie swojego stanowiska czy konstruktywną dyskusję z przedmówcami – chodzi o to żeby innych obrazić, zwolennikom poprzedniej, ale i obecnej ekipy rządzącej wytknąć błędy i zaniedbania, pochwalić się nierespektowaniem zasad izolacji i kwarantanny, ewentualnie tropić spiskowe teorie na temat epidemii.

Nihil novi sub sole, ktoś powie – to Internet – przecież zawsze tak było.

Możliwe, że tak było, ale jeśli chcemy zdrowi psychicznie i wzmocnieni poczuciem społecznej integracji wyjść z okresu epidemii – dalej tak być nie powinno. Niestety – jak zauważyłam mimo hasła „stop mowie nienawiści” na portalu wirtualnapolska.pl moderatorzy usuwają nie tyle posty wulgarne, obraźliwe, co podejmujące dyskusję nad podstawami/uzasadnieniami zaistniałego stanu rzeczy. Takie, które zawierają merytorycznie poprawne pytania czy wątpliwości Forumowiczów. Innymi słowy, post: „szumowiński, ty rudy zdrajco” (pisownia oryginalna) – zostaje, inny: „panie szumowski, lekarzem nie może być osoba, która tak bardzo boi się chorych i choroby, żeby zamykać przychodnię”, czy: „nie uważasz pan, że minister zdrowia powinien wiedzieć gdzie, są tony materiałów ochrony osobistej zamówione i odebrane z licznych dostaw, jakie podobno miały miejsce?” – jest usuwany. Czy to dobrze dla toczącej się dyskusji? Jak to wpływa na budowanie wspólnej, społecznej odpowiedzialności za zdrowie i życie nas wszystkich? Co konstruktywnego pozostaje w następstwie najprostszej reakcji – wykluczenia czyjegoś głosu z dyskusji? Wykluczenia spowodowanego niezgodnością z panującym trendem interpretacji wydarzeń, problematycznością wypowiedzi? O przyczyny trzeba by zapytać „moderatora” na wp.pl.

Jak tytuły opisujące odczucia pracowników służby zdrowia: „, traktują nas jak zadżumionych” czy „na klatce ktoś powiesił kartkę obok drzwi mieszkania lekarza: «zdajesz sobie sprawę, że jesteś zagrożeniem dla nas wszystkich?»” motywują do pomocy bardziej zagrożonym zachorowaniem niż my sami, pracujący w domach? Może miały w założeniu motywować, ale tego nie robią, natomiast

eskalują lęk, budzą obawę. A publikującemu raczej nie o budzenie odpowiedzialności chodzi, ale o to by przyciągnąć wzrok czytelnika, spowodować, by „kliknął” w tytuł. Prawa rynku? Tak, ale nie kosztem promowania – nawet mimowolnego – stygmatyzacji i ślepego instynktu ucieczki. Bo jak wszyscy wiemy – sztuką nie jest nie odczuwać strachu, ale umieć go opanować i jeśli to możliwe – rozsądnie wykorzystać.

Sprawca funkcja tożsamości – odnosi się do poczucia i określenia możliwości wpływu na bieg zdarzeń, własnej wobec nich autonomii. I tutaj znów – ci z nas, którzy mieli refleksyjnych rodziców i opiekunów, którzy wyposażyli nas w przekonanie, że nie nad wszystkim mamy kontrolę, a łamanie zakazów nie zawsze jest przejawem odwagi i postaw nonkonformistycznych, są w znacznie lepszej sytuacji niż młodzi i niemłodzi gniewni oraz przedstawiciele „pokolenia, które nie zna słowa nie”⁴. Izolacja odcina nas od bodźców, zamyka w kręgu spraw prostych, codziennych i oczywistych, pozwala zatrzymać się w biegu, skłania do refleksji, ale może też ujawniać wewnętrzną pustkę, skazywać na nudę i poczucie bezsensu, eskalować zachowania przemocowe.

W takiej, złożonej z psychologicznego punktu widzenia, sytuacji, nie warto ścigać się, kto wymyśli i opublikuje jeszcze bardziej „sensacyjny” tekst o równie drażniącym tytule: „Niezgoda za plecami rządu: dlaczego muszą zamknąć nas wszystkich w domach”⁵, „12 tysięcy mandatu dla rowerzysty... Komendant Policji: mamy czas wyrzeczeń”⁶, „kary za złamanie kwarantanny już się sypią. Trzeba zapłacić nawet wtedy, gdy ktoś się od niej odwoła”⁷, „nowe obostrzenia: czy można iść do sklepu po alkohol – nie zawsze”⁸ i im podobne.

Zastanawia, z jaką konsekwencją wydawcy tego rodzaju materiałów dobierają nagłówki i publikują teksty, których jedynym celem jest pogorszenie samopoczucia czytelników, a wśród nich osób nagle, nierzadko po raz pierwszy w życiu pozbawionych prawa do przemieszczania się, widywania osób spoza najbliższego otoczenia i wpływu na wybór możliwości spędzania czasu. Gdzieś w tym wyścigu zgubiła się niedoceniana, a sprawdzona strategia oparta na apelowaniu do wewnętrznej motywacji – stymulowanej rozsądkiem i poczuciem odpowiedzialności w miejsce motywacji zewnętrznej, napędzanej jedynie obawami przed karą finansową, które to obawy heteronomizują naszą psychikę, obniżając poczucie sprawstwa i autonomii.

⁴ Mowa o współczesnych nastolatkach, którzy wcześniej nie doświadczyli sytuacji ograniczenia swobody, nie zetknęli się z odmową czy niemożliwością zaspokojenia jakiejś potrzeby czy zachcianki.

⁵ <https://wiadomosci.wp.pl/niezgoda-za-plecami-rzadu-dlaczego-musza-zamknac-nas-wszystkich-w-domach-6494929955939969a> [dostęp: 23.04.2020].

⁶ <https://zdrowie.wprost.pl/koronawirus/w-polsce/10313648/12-tys-zl-mandatu-dla-rowerzysty-komendant-glowny-policji-mamy-czas-wyrzeczen.html> [dostęp: 23.04.2020].

⁷ <https://www.tokfm.pl/Tokfm/7,103085,25838503,kary-za-zlamanie-kwarantanny-juz-sie-sypia-trzeba-zaplatc.html> [dostęp: 21.04.2020].

⁸ <https://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,173952,25842728,nowe-obostrzenia-czy-mozna-isc-do-sklepu-po-alkohol-nie-zawsze.html> [dostęp: 21.04.2020].

Ostatnia z funkcji tożsamości – uaktualnienia potencjalności łączy się z poprzednimi – chodzi w niej o wzrost poczucia adekwatności, współtłumaczący ze stymulowaniem motywacji do działania, pokonywania przeszkód, osiągania założonych celów. Rozwojowym efektem tej funkcji jest doświadczanie podmiotowości. Oczywiście jest, że osoba, która nie ma wpływu na bieżącą sytuację, a także na wynikające z niej ograniczenia, a do tego obawia się zakażenia groźną dla życia chorobą, nie odczuwa teźże na właściwym poziomie. W takich okolicznościach obniżająca się wraz z poczuciem sprawstwa samoocena niejako blokuje motywację do podejmowania jakichkolwiek produktywnych czynności i wysiłków ukierunkowanych na przywrócenie poczucia „normalności”. Oczywiście są osoby, które w czasie izolacji starają się utrzymać dobrą formę fizyczną, podejmują treningi sprawnościowe, nadrabiają lektury, oglądają filmy, zajmują się samokształceniem – ale są i takie, które redukują swoją aktywność do minimum, nie mogą bowiem pożytecznie zająć sobie czasu, przymusowy pobyt w domu traktując jak rodzaj uwięzienia i oczekując końca kwarantanny jak wybawienia.

Żadna z opisanych funkcji nie wydobywa wówczas ich potencjału, nie stymuluje wzrostu w kategoriach rozwojowych, a nadto wikła proces konstruowania tożsamości.

Jak zmierzyć się z codziennością, formułować plany, przygotowywać się do stawienia czoła nowej sytuacji skoro wszędzie czytamy: „Czeka nas największy kryzys w czasach powojennych”, „Nadchodzą nowe czasy, takie czasy, w których nauczymy się chodzić w jednej sukience i doceniać fakt, że czytamy kilka razy tę samą książkę”, „Koronawirus i gospodarka. Nadchodzi wielki przełom w ekonomii”, „Cztery etapy nowej (nie) normalności”, „Biznes w zapaści – przedsiębiorcy o tym, z czym się dziś muszą mierzyć i ile jeszcze przetrwają”⁹.

Oczywiście, nie wszyscy reagujemy na przytoczone tytuły podobnie, ponieważ różnimy się poziomem zewnątrzsterowności, zasobami, wiarą we własne możliwości, jednak nie znam osoby, którą powyższe zapowiedzi pozostawiłyby wolną od narastającego niepokoju i niedobrych przeczuć co do przyszłości.

Jest i kontrargument – kryzys i zaciskanie pasa uczą dyscypliny, pomagają obniżyć konsumpcję, promują przezorność i długofalowe planowanie – więc w ostatecznym rozrachunku nie wychodzą nikomu na złe. Może tak, a może nie – pamiętajmy jednak, że prezentowanie najbliższej a może i dalszej przyszłości, której tak naprawdę nikt z nas nie jest w stanie przewidzieć, w jedynie czarnych barwach wywołuje duży stres. Jest to stres niepewności, narastający wobec tego, co nieprzewidywalne. A reakcja organizmu na stres uzależniona jest od jego nasilenia, czasu trwania i wcześniejszych, jednostkowych przeżyć. Inaczej przeżywają go osoby, które identyfikują stresującą sytuację jako pojawiający się raz na jakiś czas problem do rozwiązania, inaczej takie, dla których jest to kolejny negatywny bodziec, których każdego dnia jest coraz więcej. Do kryzysu można się

⁹ <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/rynek/1952292,1,biznes-w-zapasci--przedsiębiorcy-o-tym-z-czym-sie-dzis-musza-mierzyc-i-ile-jeszcze-przetrwaja.read> [dostęp: 21.04.2020].

przygotować i jak niemal wszystko, uczynić go wzbogacającym doświadczeniem, ale z całą pewnością w przygotowaniach tych nie pomaga wszechobecność nagłówków i materiałów głoszących, że gorszych i trudniejszych czasów, które zaraz nadejdą nie pamiętamy ani my sami, ani nawet nasi rodzice.

Medialne wzorce i tożsamość odbiorców

Rozpoczęłam ten artykuł od stwierdzenia, że głównymi funkcjami mediów są informacja i edukacja, kontynuując za Marią Czerepaniak-Walczak, że media stały się swego rodzaju alternatywną przestrzenią społecznego życia. Jeśli przyjmujemy takie założenie, musimy zauważyć, że poza (dez)informacją, w przestrzeni mediów obecne są wartości, oferujące odbiorcom możliwą identyfikację oraz pewne wzory działania, które ją egzemplifikują.

Również w ujęciu funkcji i znaczenia mediów autorstwa Janusza Gajdy (Gajda, 2004) poza oddziaływaniami edukacyjno-informacyjnymi, odnajdziemy także stymulowanie rozwoju umysłowego, kreatywności, propagowanie określonych wzorców i stylów życia, a także dostarczanie rozrywki. Zatrzymajmy się przy tych ostatnich na chwilę.

Zamknięcie instytucji kultury spowodowało nie tylko kryzys w branży artystycznej, ale też zaowocowało odwołaniem premier kinowych, spektakli, koncertów oraz przerwaniem emisji wielu programów telewizyjnych. Część artystów przeniosła swoje działania do sieci: mamy już koncerty „z domu”, spektakle online, czytanie utworów na Facebooku. Tutaj pozytywna funkcja Internetu jako środka dystrybuowania wspomnianych treści jest godna podkreślenia.

Niestety, mamy też liczne przykłady pobierania opłat za możliwość odtworzenia filmów, które miały pojawić się w kinach wiosną – a także produkcji starszych, a swego czasu popularnych wśród widzów. Wszystko byłoby w porządku, gdyby: opłata ta nie była równa cenie biletu kinowego (15–20 złotych) i gdyby przynajmniej jej część przekazywana była twórcom obrazu. Obawiam się, że tak się nie dzieje, w każdym razie u źródła nie ma na ten temat żadnej adnotacji.

Jeśli chodzi o propagowanie wzorów i stylów życia, popularne portale uprawiają nagminnie promocję... życiowej i aksjologicznej pustki, bezwartościowego spędzania czasu na dociekaniu, w co ktoś się ubrał, jak udekorował świąteczny stół, gdzie przebywa, czy z kim spędza kwarantannę etc. Oto przykłady: „Małgorzata Rozenek użyła photoshopa. Jej odpowiedź poszła fanowi w piętę”¹⁰, „Blanka Lipińska o poznaniu Barona: bajera nam się nie pociągnęła”¹¹, „Małgorzata Socha pozdrawia z domowych pieleszy. Teraz każdy może wyglądać jak

¹⁰ <https://www.plotek.pl/plotek/7,154063,25751183,małgorzata-rozenek-uzyła-photoshopa-jej-odpowiedc-poszła-fanowi.html> [dostęp: 24.04.2020].

¹¹ <https://www.plotek.pl/plotek/7,154063,25864555,blanka-lipinska-opowiedziala-o-pierwszym-spotkaniu-z-baronem.html> [dostęp: 24.04.2020].

ona. Home fashion gwiazdy wygląda znajomo”¹² „Julia Wieniawa śpiewa do majonezu. Kasia Zielińska gra w wannie na gitarze .Przedstawiamy top 10 polskich gwiazd na Tik Toku”¹³, „Mafashion w ogniu krytyki za to, że wyszła z domu... po patelnię”¹⁴ „Zamachowska kontra koronawirus. Wie, jak uniknąć zakażenia COVID-19”¹⁵.

Wszystkie wymienione bohaterki medialnych „newsów” z pierwszej ręki, opublikowanych w popularnych portalach internetowych są młodymi, (jeśli nie najmłodszymi, to odpowiednio wystylizowanymi), wygimnastykowanymi paniami, spędzającymi większość czasu na promowaniu swojego wizerunku w mediach, wydawaniu pieniędzy, dekorowaniu domów /mieszkań i celebrowaniu żalu z powodu niemożności oddawania się dotychczasowym zabiegom pielęgnacyjnym i upiększającym. Nie zajmują się one niczym społecznie pożytecznym, poza promowaniem wyrobów własnej firmy, modnych ubrań, używanych osobiście kosmetyków, ostatnio zakupionych dodatków i myśleniu pracy zawodowej z udziałem w „ramówkach”, „eventach”, premierach, czy pozowaniem na tzw. „ściankach”, a także ... upublicznianiem tego wszystkiego, co zazwyczaj kojarzy się ze sferą prywatną. Czy przeciętna osoba pragnie, by inni koniecznie dowiedzieli się, jak wygląda piżama, w której śpi, co jada na śniadanie, gdzie kupiła buty, jak ma na imię jej/jego pies czy kot, jakiego szamponu używa i gdzie spędziła weekend ?Nie pragnie. I dlatego jest „przeciętna”.

Bo „nieprzeciętna”, czyli „znana z faktu, że jest znana” z pewnością nas o tym poinformuje właśnie za pomocą mediów. Jakże inaczej mogłaby być ambasadorką marki czy blogerką modową /lifestyle’ową? To właśnie tutaj dochodzi do naruszenia rozwojowej idei asymilacji jednostki z kulturą wyrażonej słowami „jeśli coś potrafisz, jesteś kimś”. Bo okazuje się, że można niewiele, czy zgoła nic, nie potrafić poza założeniem i prowadzeniem strony internetowej i pojawianiem się w modnej stylizacji w miejscach, gdzie będziemy filmowani i pytani przez dziennikarzy o nic nie znaczące kwestie i być... „kims”. Czy rzeczywiście? Odpowiedź zależy od tego, czy jesteśmy jeszcze w stanie powrócić do idei sensu i nadawania znaczeń temu, co ponadindywidualne, prospołeczne, trwające dłużej niż błysk flesza w aparacie, czy przeciwnie – uważamy, że inni tyle nas znają, ile widzą, a jak zobaczą, to i tak najważniejsze, żeby zapamiętali. Nieważne, czy dobrze, czy źle.

To portale internetowe, promując podziały i bariery społeczne, spryt (a nie zaradność), powierzchowność (w miejsce rozwoju), przypadkowość (zamiast

¹² <https://www.plotek.pl/plotek/7,154063,25842636,malgorzata-socha-pozdrowia-z-domowych-pieleszy-teraz-kazdy.html> [dostęp: 19.04.2020].

¹³ <https://plejada.pl/newsy/andrzej-duda-wieniawa-lewandowscy-kto-jeszcze-trzesie-polskim-tikiem/3n7hwjp> [dostęp: 20.04.2020].

¹⁴ <https://pinkwall.pl/maffashion-w-ogniu-krytyki-za-to-ze-wyszla-z-domu-po-patelnie> [dostęp: 20.04.2020].

¹⁵ <https://www.planeta.pl/Rozrywka/Zamachowska-kontra-koronawirus.-Wie-jak-uniknac-zakazenia-COVID-19> [dostęp: 19.04.2020].

rozwijania więzi, budowania siebie), pseudowiedzę i „eksperckość” w dziedzinach w żaden sposób niezwiązanych z wykształceniem/sferą profesjonalną, wykreowały *quasi*-wzór osobowy pod nazwą „trendsetterka” czy „influencerka”¹⁶. Nie ma w nim miejsca na identyfikację opartą na wartościach czy wspólnym postrzeganiu rzeczywistości, są tylko ubrania, dodatki, operacje plastyczne, kosmetyki, w najlepszym wypadku ćwiczenia czy dieta. Nie ma książek, filmów, muzyki, przyjaciół, prawdziwej pasji, rozwoju czy doskonalenia innego niż rzeźbienie sylwetki. Nie ma, bo w kreowanym przez media wizualnym, zjuwenalizowanym, dychotomicznym świecie są zbędne. To jest świat, w którym rządzi przesył informacyjny, spekulatywność, autopromocja, niemożność wyłączenia się, stanięcia choćby na chwilę obok, a nie w środku tego wiecznie nagrywanego, krzykliwego teledysku, czy trafniej – relacji „live” z naszego życia.

Wróćmy na zakończenie do pytania: co się dzieje z naszą tożsamością pod wpływem naśladowania takich zachowań, stylów życia, czy upowszechnianych tendencji?

W znacznej części przypadków na szczęście – nic. Decyduje o tym tyleż zdrowy rozsądek, co ograniczenia finansowe. Wiek i doświadczenia życiowe pomagają wytworzyć w sobie dystans do tego rodzaju treści. Ale są jeszcze mniej refleksyjni, nierzadko młodzi odbiorcy, którzy zaczynają utożsamiać marzenia o ciekawym, pełnym wrażeń życiu z takim właśnie medialnym „show” czy „relacją z życia” zamieszczaną na blogach/instagramach/facebookach „znanych z tego, że są znani”.

Tożsamość „followersów” może wówczas przybierać postać upozorowaną, ponieważ swoistej erozji ulega jedno z jej kryteriów zwane poczuciem odrębności od otoczenia – skoro chcę kogoś powielać, ile w moich działaniach i ich efektach pozostaje mnie samego?

Co się dzieje z aspektem (modelem) światopoglądowym tożsamości? Skoro buduję samoświadomość w oparciu o poczucie przynależności do grupy, o pewne identyfikacje i wspólnotowość, jak dalece udaje mi się zachować więź z kulturowym i środowiskowym habitusem? Jak często, wracając do siebie, do swojego (prawdziwego?) świata, muszę udawać kogoś, kim (już) nie jestem? Jakie są psychiczne konsekwencje takiej „równoczesności” bytu?

Co się dzieje z moją samooceną, autokonceptcją, jaźnią pod wpływem takich, a nie innych, unikalnych w skali pokolenia doświadczeń społecznych, jak życie w stanie epidemii i próby zachowania zdrowego rozsądku i równowagi wobec

¹⁶ Czyli osoba, która w publicznych kanałach komunikacji internetowej prezentuje nagrania, zazwyczaj filmowe opisujące na przykład: zawartość jej szafy, kuchnię, stosowaną dietę, kosmetyki, makijaż, kształt pośladków, nowe, silikonowe usta, sylwetkę po operacji odsysania tłuszczu, zabieg usuwania zębów mądrości, a bywa, że stopień nietrzeźwości do jakiego doprowadziła się na ostatnim „party” – niepotrzebne skreślić – i w drodze wyświechtania i emitowania reklam zamieszczanych w wykupionej domenie internetowej, na której znajduje się blog – zarabia pieniądze.

dezinformacyjnej polityki mediów? Z pewnością zaburzeniu ulega też aspekt (model) egologiczny tożsamości (Boksański, 1989) opisujący powyższe jej składniki, takie jak poczucie ciągłości czy krystalizowanie własnego wizerunku.

Są na szczęście i inne propozycje i możliwości stymulowania refleksji nad otaczającą nas rzeczywistością. Może wobec wyłaniającego się z epidemii chaosu, dezintegracji i niepewności podtrzymywanych przez media warto się od nich choćby na jakiś czas odciąć i poszukać odpowiedzi na przykład na takie pytania¹⁷:

- czy praca jaka wykonuję w dalszym ciągu sprawia mi radość? czy nie chciałbym/abym jej zmienić? Jeśli tak, co mogę już teraz w tym kierunku zrobić? Jeśli nie, jak w dotychczasowej pracy na nowo odnaleźć sens i satysfakcję?
- jak silnie jestem związany/a z tymi, którzy są dla mnie najważniejsi i dla których ja jestem ważny/a?
- jak chcę się obecnie definiować – poprzez poszukiwanie tego co wspólne, odnajdywanie elementów integrujących czy poprzez różnice (możliwości, pozycji społecznej, posiadanych pieniędzy?) Który ze sposobów budowania autokonceptji jest mi bliższy?
- jakich alternatyw teraz pragnę, dla tego, czego doświadczam? Jak mogę na płaszczyźnie planowania własnego rozwoju wykorzystać zmianę?
- do jakiego stopnia pozwolę się ograniczać w codziennych, obywatelskich prawach?
- kiedy zauważę ukryte funkcje tych ograniczeń (redukowanie wolności, demokracji, prawa do decydowania o tym, gdzie przebywam i jak spędzam czas)?
- jakie będą skutki refleksji na temat wspomnianych kwestii?
- jakiego wpływu informacji związanych z epidemią na swój sposób myślenia i działania nie chcę /nie mogę zaakceptować?

Na zakończenie rozważań zauważmy, że procesy socjalizacji i wychowania we współczesnych, zachodnich społeczeństwach są szeroko uwarunkowane przemianami kulturowymi. Stan rozwoju kultury, jej kryzys, spływają nasze w niej uczestnictwo, powodując że traci ona swoją moc kreacji i wyodrębniania człowieka spośród innych istot żywych. Przyczynia się do tego przede wszystkim prymat funkcji rozrywki, hedonizmu nad wartościami edukacyjnymi, jakie niosą z sobą treści kanonu kulturowego. Przemiany kultury, w tym stan kryzysu, w jakim się ona znalazła, ideologia konsumpcjonizmu i kreowanie sztucznych potrzeb, nieuchronnie prowadzą do zmiany myślenia o sobie wśród odbiorców kultury. Kluczowym czynnikiem wywierającym wpływ na przebieg i efekty procesu socjalizacji są obecnie media, które, nie będąc środowiskiem wychowania,

¹⁷ Bezpośrednią inspiracją do postawienia tak sformułowanych pytań był tekst Olgi Tokarczuk zatytułowany Okno i zamieszczony na Jej facebooku oraz wywiad udzielony portalowi Onet.pl: <https://www.onet.pl/kultura/onetkultura/olga-tokarczuk-wywiad-koronawirus-i-pandemia-wybory-prezydenckie/rs316r9,681c1dfa> [dostęp: 24.04.2020].

stanowią zarazem otoczenie społeczne jednostki, pełnią funkcję swoistego *Lebensweltu*. Obok walorów edukacyjnych, a także znacznie szybszego obiegu informacji, jaki niesie z sobą postęp technologiczny, media oddziałują na kształtowanie obrazu świata u odbiorców, promują wyidealizowane wzorce dotyczące wyglądu zewnętrznego, kariery, spędzania wolnego czasu czy szeroko pojętych stylów życia.

Mogą też dezinformować, dezintegrować psychikę i zaburzać proces konstruowania tożsamości, oddziałując na wzmiankowane jej funkcje, kryteria i aspekty. Konstruowana jest ona wokół takich kategorii działań, jak upozorowanie, odcinanie (brzytwa) czy gromadzenie (supermarket) (Brzezińska, 2000).

Powinniśmy więc, stojąc wobec dylematu istoty mediów, szukać odpowiedzi na pytanie, czy nie nazbyt wcześniej przyznaliśmy im status alternatywnej rzeczywistości, świata życia (*Lebensweltu*)? Czy faktycznie są one środowiskiem rozwoju, czy może powinny pozostać jedynie środkiem przekazu?

Jeśli przyjmujemy pierwsze założenie, musimy nauczyć się z nimi współistnieć, wyznaczać granice, pracować z samoświadomością odbiorców, a możliwe, że i czasowo z ich obecności w naszym życiu rezygnować.

Konsekwencją drugiego założenia jest przekonanie, że media to tylko (aż?) środek przekazu, zatem powinniśmy odrzucić przekonanie, iż samoistnie wywierają one taki czy inny wpływ na proces wychowania/edukację/konstruowanie tożsamości każdego z nas.

W pierwszym, jak i drugim przypadku należy podkreślać rolę pedagogów, nauczycieli, wychowawców czy doradców w doborze i stymulowaniu odpowiedniego wykorzystania ich treści przez odbiorców.

Bibliografia

- Boksański, Z. (1989). *Tożsamość, interakcja, grupa. Tożsamość jednostki w perspektywie teorii socjologicznej*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Callo, Ch. (2006). Modele wychowania (s. 277–389). W: B. Śliwerski (red.), *Pedagogika. Podstawy nauk o wychowaniu*. T. 1. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne
- Czerepaniak-Walczak, M. (2011). Świat życia jako kategoria pedagogiczna. *Przegląd Pedagogiczny* (Bydgoszcz), 11, 152–168.
- Gajda, J. (2004). *Media w edukacji*. Kraków: Impuls.
- Majczyzna, M. (2000). Podmiotowość a tożsamość. W: A. Gałdowa (red.), *Tożsamość człowieka*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Mead, G.H. (1975). *Umysł, osobowość i społeczeństwo*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

- Mead, M. (1972). *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Melosik, Z., Szkudlarek, T. (1998). *Kultura, tożsamość i edukacja. Migotanie znaczeń*. Kraków: Impuls.
- Poniewierski, A. (2019). *Speed.No limits in the digital era* (tłum. J. Kondracki). Warszawa: Praski Publishing.
- Siemieniecki, B. (1999). Skutki powszechnego stosowania komputerów w edukacji. W: B. Siemieniecki (red.), *Perspektywa edukacji z komputerem* (s. 114–128). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Suchodolski, B. (1967). *Świat człowieka i wychowanie*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Netografia

- <https://www.onet.pl/kultura/onetkultura/olga-tokarczuk-wywiad-koronawirus-i-pandemia-wybory-prezydenckie/rs3l6r9,681c1dfa> [dostęp: 24.04.2020].
- <https://plejada.pl/newsy/andrzej-duda-wieniawa-lewandowscy-kto-jeszcze-trze-sie-polskim-tiktokiem/3n7hwjp> [dostęp: 20.04.2020].
- <https://pinkwall.pl/maffashion-w-ogniu-krytyki-za-to-ze-wyszla-z-domu-po-patelnie> [dostęp: 20.04.2020].
- <https://www.planeta.pl/Rozrywka/Zamachowska-kontra-koronawirus.-Wie-jak-uniknac-zakazenia-COVID-19> [dostęp: 19.04.2020].
- <https://dziennikzachodni.pl/dr-maciej-jedrzejko-zaleca-jak-przygotowac-sie-na-atak-covid19-nasz-organizm-moze-poradzic-sobie-z-choroba-ale-musi-byc-silny/ar/c1-14886263> [dostęp: 21.04.2020].
- <https://www.tokfm.pl/Tokfm/7,103087,25884738,sluchacz-tok-fm-wypomnial-szumowskiemu-zmiane-zdania-ws-maseczek.html> [dostęp: 21.04.2020].
- <https://wiadomosci.wp.pl/niezgoda-za-plecami-rzadu-dlaczego-musza-zamknac-nas-wszystkich-w-domach-6494929955939969a> [dostęp: 23.04.2020].
- <https://zdrowie.wprost.pl/koronawirus/w-polsce/10313648/12-tys-zl-mandatu-dla-rowerzysty-komendant-glowny-policji-mamy-czas-wyrzeczen.html> [dostęp: 23.04.2020].
- <https://www.plotek.pl/plotek/7,154063,25751183,malgorzata-rozenek-uzyla-photoshopy-jej-odpowiedz-poszla-fanowi.html> [dostęp: 24.04.2020].
- <https://www.plotek.pl/plotek/7,154063,25864555,blanka-lipinska-opowiedziala-o-pierwszym-spotkaniu-z-baronem.html> [dostęp: 24.04.2020].
- <https://www.plotek.pl/plotek/7,154063,25842636,malgorzata-socha-pozdrawia-z-domowych-pieleszy-teraz-kazdy.html> [dostęp: 19.04.2020].
- <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/rynek/1952292,1,biznes-w-zapasci--przedsiębiorcy-o-tym-z-czym-sie-dzis-musza-mierzyc-i-ile-jeszcze-prze-trwaja.read> [dostęp: 21.04.2020].
- <https://www.tokfm.pl/Tokfm/7,103085,25838503,kary-za-zlamanie-kwaran-tanny-juz-sie-sypia-trzeba-zapalac.html> [dostęp: 21.04.2020].

<https://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,173952,25842728,nowe-obostrzenia-czy-mozna-isc-do-sklepu-po-alkohol-nie-zawsze.html> [dostęp: 21.04.2020].

Media constructs of identity in the pandemic era – some educational and development implications

Summary

The main purpose of the author of the article is to analyze the way in which COVID-19 content in the media influences the shaping of the identity of their recipients.

I ask whether they fulfill their functions properly, being by definition a place of constructing experiences, sensations and opinions of people. What vision of the world appears after reading the materials, the subject of which are social changes caused by the epidemic situation? In search of answers to these questions I apply such analytical tools like functions and models of identity.

I present a thesis about the violation of the developmental idea of the individual's assimilation with culture, as well as the violation of the integrity of the psyche in relation to three approaches to identity: sociological, psychological, and philosophical, illustrating the analysis with examples taken from the media in the period from March 20 to April 25, 2020.

Keywords: identity, media, education, development, pandemic.