

comes to “research design.”³ The purpose of the study, the type of investigation, the extent of the researcher’s interference with the study, the study setting, the unit of analysis, and the time horizon are all to be considered.

The structures that may be employed while drafting research reports in both positivistic and non-positivistic approaches were discussed in chapter eleven. To put it another way, quantitative and qualitative research. The authors’ perspective on formatting is like “icing on the cake.” It is the finest explanation for formatting requirements, which assist in giving a scholarly paper a professional appearance. The formatting requirements are discussed in chapter twelve. The last chapter of the thirteenth chapter, titled “Research Administration Department of Accounting,” is the last. The emphasis in this chapter was on young scholars continuing to be interested in research even after completing their degree programs. This book also has appendices that provide further research information.

Scholars of all levels, including undergraduate, postgraduate, and doctorate students, should read this work.

Dr Anuradha Iddagoda – Senior Lecturer, University of Sri Jayewardenepura, Sri Lanka; e-mail: anuradhaiddagoda@sjp.ac.lk; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2586-430X>

Nathan JURGENSON. *Fotka. O zdjęciach i mediach społecznościowych*. Przekład Łukasz Zaremba. Kraków: Wydawnictwo Karakter, 2021, ss. 176. ISBN 978-83-64177-97-2

DOI: <https://doi.org/10.18290/rkult22132.8>

Szacuje się, że w 2021 roku opublikowano 1,5 biliona zdjęć. Z mediów społecznościowych korzysta obecnie 48% populacji światowej⁴. Nie dziwi zatem fakt, że coraz większa liczba badaczy poświęca im swoją uwagę. Zdjęcia w mediach społecznościowych stają się bibliotekami wspomnień, ale też narzędziami do kreowania tożsamości i wizerunku. Jest ich coraz więcej i obecnie dominują one nad zdjęciami artystycznymi, reportażowymi czy dokumentacyjnymi. Należy je jednak badać w inny sposób, niż dotychczas traktowano fotografię.

Recenzowana książka Nathana Jurgensona pt. *Fotka. O zdjęciach i mediach społecznościowych* ukazała się w polskim przekładzie jesienią 2021 roku (oryginał opubliko-

³ Uma Sekaran, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (New York: John Wiley & Sons, 2003).

⁴ www.interaktywnie.com, dostęp 12.03.2022.

wano w 2019 roku), jest więc pozycją nową i aktualną. Tekst ma charakter erudycyjnego eseju, który ze strony na stronę wprowadza czytelnika w arkana wiedzy interdyscyplinarnej, obejmującej teorię powstałe na gruncie socjologii, filozofii, wiedzy o mediach i kulturoznawstwa. Nathan Jurgenson, który w publikacji niewątpliwie jawi się jako wielki entuzjasta mediów społecznościowych w ogóle i zdjęć społecznościowych w szczególności, porównywany jest do Susan Sontag, kultowej już badaczki socjologii fotografii. Od czasu jej badań minęło ponad 40 lat, zmieniła się fotografia, zmieniły się media (ot, choćby fakt, że powstały media społecznościowe), zatem ta publikacja była nieunikniona. Jego książka to ważny głos w badaniach nad fotografią i mediami społecznościowymi, nad współczesną kulturą i ogromem zdjęć, które każdego dnia zalewają social media. Odwołując się do myśli znanych socjologów i filozofów, takich jak Erving Goffman, Walter Benjamin, Roland Barthes czy Vilem Flusser, tworzy nową teorię zdjęć społecznościowych.

Tytuł książki mógłby wskazywać na to, że jej problematyka będzie skupiać się głównie na zdjęciach w mediach społecznościowych. Tak jednak nie jest, gdyż fotografii stają się jedynie pretekstem do szerszej dyskusji na temat social mediów w ogóle – tego, jak wpływają na użytkowników, czyli nas samych, ich otoczenie oraz jak zmieniają postrzeganie fotografii i przedstawianych za jej pomocą wizji. Oryginalny tytuł (*The Social Photo. On Photography and Social Media*) jest bardziej trafny niż jego tłumaczenie, gdyż jego pierwsza część wskazuje od razu na tematykę problemu zdjęć społecznościowych.

Książka podzielona jest na trzy części. Pierwszy rozdział, zatytułowany „Widzenie dokumentacyjne”, opowiada o tym, jak na przestrzeni ostatnich lat, od czasu powstania mediów społecznościowych, zmienił się sposób postrzegania i dokumentowania otaczającego nas świata. Drugi rozdział – „Prawdziwe życie”, mówi o tym, że media społecznościowe są prawdziwym życiem, a nie tylko jego częścią. A przez zdjęcia zamieszczane w mediach społecznościowych użytkownik może to prawdziwe życie pokazać – zarówno innym, jak i sobie z przyszłości, nie tylko na poziomie dokumentacji, ale także, a może przede wszystkim, emocji. Jak zauważa autor, „zdjęcia społecznościowe pokazują jak na dłoni, że zarówno my jesteśmy tworzeni z obrazów i przez obrazy, jak i one są tworzone z nas i przez nas” (s. 164). Trzeci, ostatni rozdział nosi tytuł „Koda. Wideo społecznościowe” i jest kilkustronicowym opisem motywacji stojących za powstaniem książki, krótkim podsumowaniem jej najważniejszych tez oraz porównaniem fotografii do filmów zamieszczanych w mediach społecznościowych.

Książka jest przełomem w badaniach mediów społecznościowych, ponieważ traktuje je zupełnie inaczej, niż czynili to dotychczas badacze. Autor postuluje większą otwartość na złożone kategorie mediów społecznościowych i ich odbiór. Kwestionuje podział na świat online i offline, twierdząc, że są one tak mocno ze sobą związane, że niemożliwe jest już ich oddzielenie – i nigdy nie było. Wprowadza pojęcie cyfrowego dualizmu (*digital dualism*), którym określa dotychczasowe rozgraniczanie świata wirtualnego i pozawirtualnego. Tymczasem dziś wylogowanie się i odłączenie od online jest prakty-

cznie niemożliwe. Nie mają zatem żadnego uzasadnienia tak zwane internetowe detoxy, które proponują niektórzy psychologowie, by zachować równowagę pomiędzy tymi dwoma światami. Nie mają uzasadnienia, gdyż jest to jeden świat. W tym kontekście trudno też mówić o uzależnieniu od mediów społecznościowych, gdyż równie dobrze można by twierdzić, że człowiek uzależniony jest od życia. Jurgenson postuluje, że jednostki są nieustannie zanurzone jednocześnie w świat online i offline, i nie sposób się z nim nie zgodzić.

Publikowanie zdjęć z codzienności, za pomocą których możemy rejestrować rzeczywistość wzmacnia ten fakt i niweluje różnice między doświadczeniem fizycznym i cyfrowym. Odwołując się do też znanych badaczy internetu, że bliskość fizyczna jest wyżej wartościowana niż bliskość „przez ekran” czy też że rozmowa twarzą w twarz przynosi więcej satysfakcji, niż rozmowa przez komunikator lub media społecznościowe, zaprzecza tym twierdzeniom przedstawiając własne tezy, iż te dwie formy kontaktu stoją ze sobą niemal na równi: „[...] lekceważenie komunikacji zmediatyzowanej oznacza lekceważenie kulturowych i społecznych możliwości komunikacji z tymi, którzy są daleko od nas, lekceważenie wymiany międzykulturowej, wysyłania wiadomości do ludzi z przyszłości, rozmawiania ze sobą z przeszłości, łączenia się ze zmarłymi” (s. 122). Jak widać, tego rodzaju komunikacja daje o wiele więcej możliwości, niż mogłoby się wydawać. Może nawet więcej, niż fetyszyzowana komunikacja bez pośrednictwa ekranów.

Podobnie autor czyni z innymi zjawiskami, które znane są z mediów społecznościowych, jak choćby selfie, które postrzegane jest jako socjologiczny fenomen już od kilku lat, o czym świadczy chociażby fakt, że w 2013 roku zostało określone mianem słowa roku przez słowniki oksfordzkie. Tymczasem przez badaczy selfie nadal traktowane jest często jako wybryk natury, kaprys użytkowników mediów społecznościowych, bezużyteczny twór, który nie ma prawa aspirować do miana pełnowartościowej fotografii. Jurgenson postuluje, że nie powinniśmy dzielić zdjęć społecznościowych na bardziej i mniej wartościowe, a selfie ma takie samo prawo bytu, jak każde inne zdjęcie publikowane w mediach. Zrobione przez autora i przedstawiające jego samego ma długą historię, sięgającą pierwszych autoportretów malowanych przez malarzy, opisywanych przez pisarzy, tworzonych przez fotografów. Nie można zatem odbierać mu wartości artystycznej.

Dokumentując swoje codzienne chwile, stajemy się bardziej świadomi ich obecności – to nieprawda zatem, że kiedy żyjemy patrząc wciąż przez pryzmat soczewki aparatu naszego smartfona, nie żyjemy „tu i teraz”, jak twierdzą niektórzy badacze social mediów, zachęcając jednocześnie do porzucenia fotografowania na rzecz obecności. Jurgenson twierdzi, że doświadczenie i dokumentacja nie stoją w opozycji do siebie, lecz wręcz przeciwnie – doskonale się uzupełniają, a jedno wynika z drugiego: „[...] w zdjęciach społecznościowych [...] chodzi o wywołanie i przekazanie w czasie bieżącym twojego widoku, twojego doświadczenia, twojej wyobraźni” (s. 124). Fotografia społecznościowa ma na celu dokumentowanie egzystencji oczami jej użytkownika.

Pozycji można zarzucić chaos w przekazywaniu wiedzy i brak systematyzacji informacji. Niektóre wątki są powtórzone, inne poruszone pobieżnie, choć mogłyby zostać pogłębione. Niemniej jednak uważam, że książka *Fotka. O zdjęciach i mediach społecznościowych* jest lekturą obowiązkową dla każdej osoby zainteresowanej zarówno fotografią, jak i social mediami.

Dr Magdalena Szulc – adiunkt Zakładu Studiów Polonistycznych i Komunikacji Medialnej, Wydział Pedagogiczno-Artystyczny w Kaliszu na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu; adres do korespondencji: ul. Wieniawskiego 1, 61-712 Poznań; e-mail: magdalena.szulc@amu.edu.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2839-0982>