

KRZYSZTOF CZYKIER

**AUDIOWIZUALNE  
DOŚWIADCZANIE ŚWIATA.  
KONTEKST  
MIĘDZYPOKOLENIOWY**



WYDAWNICTWO AKADEMICKIE ŻAK

Recenzent:

Dr hab. Wioleta Danilewicz, prof. UWB

Redaktor prowadzący:

Ewa Różycka

Redakcja i korekta:

ALEF

Wydanie publikacji współfinansował Wydział Pedagogiki  
i Psychologii Uniwersytetu w Białymstoku

© Copyright by Uniwersytet w Białymstoku

© Copyright by Wydawnictwo Akademickie Żak

Warszawa 2013

Opracowanie graficzne:

Wojciech Prusakiewicz

ISBN 978-83-62015-73-3

Wydawnictwo Akademickie Żak

Jacek Śnieciński

ul. Gizów 6, p. 304

01-249 Warszawa

tel. 22 886 72 30

[poczta@wydawnictwozak.com.pl](mailto:poczta@wydawnictwozak.com.pl)

[www.wydawnictwozak.com.pl](http://www.wydawnictwozak.com.pl)

## Spis treści

Wprowadzenie . . . . .	5
<b>Rozdział 1. Rodzina wiejska – constans i ewolucja . . . . .</b>	<b>9</b>
1.1. Uwarunkowania i kierunki przemian wielopokoleniowej rodziny wiejskiej – struktura i jej funkcjonowanie . . . . .	10
1.2. Rodzina wielopokoleniowa w środowisku wiejskim w interpretacji ekologii humanistycznej . . . . .	22
1.3. Środowisko medialne jako nowy obszar funkcjonowania wielopokoleniowej rodziny wiejskiej – szanse i zagrożenia . . . . .	28
1.3.1. Problem cyfrowego wykluczenia i dystansu międzypokoleniowego . . .	33
1.3.2. Międzygeneracyjna transmisja kultury . . . . .	38
<b>Rozdział 2. Kultura – kultura audiowizualna – uczestnictwo w kulturze . . . . .</b>	<b>43</b>
2.1. Odmasowienie kultury i popularyzacja rzeczywistości – kultura masowa vs kultura popularna . . . . .	44
2.2. Audiowizualny typ kultury i jego predyktory . . . . .	51
2.2.1. Media elektroniczne i multimedia – fundament cywilizacji medialnej i medialnego społeczeństwa . . . . .	56
2.2.2. Co media robią z ludźmi – co ludzie robią z mediami? Wybrane teorie mediów elektronicznych . . . . .	58
2.3. Uczestnictwo w kulturze – perspektywa teoretyczna . . . . .	63
<b>Rozdział 3. Audiowizualne doświadczanie świata i jego uwarunkowania . . . . .</b>	<b>70</b>
3.1. Proces komunikowania przez media elektroniczne i multimedia . . . . .	70
3.1.1. Relacje bezpośrednie: człowiek – człowiek . . . . .	71
3.1.2. Relacje pośrednie: człowiek – mass media . . . . .	73
3.1.3. Relacje interaktywne: człowiek – media elektroniczne, multimedia . . .	74
3.2. Czynniki warunkujące skuteczność relacji: człowiek – nowe media. Wybrane modele badań . . . . .	76
3.3. Media a wewnątrzrodzinna transmisja kultury . . . . .	80

<b>Rozdział 4. Metodologiczne założenia badań . . . . .</b>	<b>84</b>
4.1. Przedmiot, cele i problemy badawcze . . . . .	84
4.2. Zastosowana orientacja badawcza i jej uzasadnienie . . . . .	88
4.3. Teren badań i grupa badanych . . . . .	95
<b>Rozdział 5. Uczestnictwo wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej . . . . .</b>	<b>100</b>
5.1. Częstotliwość oraz zakres uczestnictwa w kulturze audiowizualnej . . . . .	103
5.2. Funkcje mediów elektronicznych w życiu poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich . . . . .	134
5.3. Obrazy świata i ich komponenty kreowane przez badane generacje w oparciu o media elektroniczne . . . . .	168
<b>Rozdział 6. Podobieństwa i różnice w obrazie uczestnictwa poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej . . . . .</b>	<b>184</b>
6.1. Charakter relacji wewnątrzrodzinnych w obecności mediów elektronicznych . .	184
6.2. Wspólne obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej . . . . .	189
6.3. Międzypokoleniowe różnice dotyczące uczestnictwa w kulturze audiowizualnej . . . . .	195
<b>Rozdział 7. Audiowizualne doświadczanie świata – implikacje dla praktyki . . . . .</b>	<b>202</b>
7.1. Typologia wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kontekście uczestnictwa w kulturze audiowizualnej . . . . .	202
7.2. Typy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej występujące w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich . . . . .	204
7.3. Model rodzinnej edukacji medialnej w wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej . .	208
Zakończenie . . . . .	220
Bibliografia . . . . .	233

# Wprowadzenie

Inspiracją do poznania i analizy zagadnień dotyczących uczestnictwa poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej były studia literaturowe, badania naukowe, raporty i sondaże ukazujące przemiany współczesnych rodzin wiejskich w zakresie ich uczestnictwa w kulturze oraz osobiste refleksje na temat znaczenia, wartości doświadczeń pokolenia rodziców i dziadków w procesie rodzinnej inkulturacji młodego pokolenia. Przeobrażenia, jakie zachodzą we współczesnej rodzinie, wynikają z dokonujących się procesów transformacji systemowej w Polsce oraz zmian w skali globalnej. Podkreślić należy, że funkcjonowanie współczesnej rodziny (również wielopokoleniowej wiejskiej) jest zdeterminowane polityką społeczną oraz prorodzinną państwa, społeczno-ekonomicznymi warunkami życia, poziomem służby zdrowia, zatrudnieniem, wysokością rent i emerytur, cen towarów i usług, dystrybucją dóbr konsumpcyjnych, a także wpływami mediów, które w coraz większym stopniu warunkują życie<sup>1</sup>, rozwój oraz dominującą formę uczestnictwa w kulturze poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich.

W wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej oprócz kultury słowa (obecnej w postaci interakcji międzygeneracyjnych) obecna jest również kultura audiowizualna kształtująca nowe oblicze uczestnictwa w kulturze i jej recepcję. Pokolenie starsze i średnie, mające wzory pojmowania kultury i rozumowania rzeczywistości stworzone na podstawie innych elementów niż pokolenie młodych, żyje w czasach „dewaluacji starego świata” i „narodzin nowego”. Pokolenie dzieci i młodzieży natomiast nie zawsze jest przygotowane do świadomego, racjonalnego korzystania z mediów elektronicznych<sup>2</sup>. Rozwinięte i powszechne kontakty z miastem oraz oddziaływanie mediów elektronicznych wytworzyły zurbanizowany wzór życia rodziny wiejskiej<sup>3</sup>. Sposoby zachowania się poszczególnych członków rodziny oraz stosunki

<sup>1</sup> S. Juszczak (red.), *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia (o problemach tworzącego się społeczeństwa informacyjnego)*, Katowice 2000.

<sup>2</sup> J. Gajda, B. Siemieniecki (red.), *Pedagogika medialna*, t. 1, 2, Warszawa 2007.

<sup>3</sup> J. Żebrowski, *Rodzina polska na przełomie wieków*, Gdańsk 2001.

wewnątrzrodzinne w coraz mniejszym stopniu zależą od lokalnych norm i obyczajów, a coraz częściej od sytuacji indywidualnej. Przeobrażeniom ulegają zjawiska obyczajowe, warunki ekonomiczne, hierarchia wartości, styl życia, formy uczestnictwa w kulturze. Następuje dezintegracja wewnątrzrodzinnej socjalizacji – w miejsce ustabilizowanych, wielostronnych, rodzinnych oddziaływań pojawia się coraz częściej socjalizacja pozarodzinna. Rodzinną rzeczywistość edukacyjno-wychowawczą coraz częściej zastępuje rzeczywistość kreowana przez media z potencjałem daleko większym (jeżeli chodzi o wymiar edukacyjny bądź rozrywkowy) niż możliwości rodziców i dziadków<sup>4</sup>. Niektóre media stają się bardziej atrakcyjnym, a nieraz nawet głównym wychowawcą dzieci i młodzieży. Stanowią one tym samym konkurencję dla tradycyjnych instytucji edukacyjnych, związanych z nimi autorytetów, ale również dla autorytetów wewnątrzrodzinnych<sup>5</sup> (wartości i pozycji pokolenia rodziców i dziadków). Szczególnie w sytuacji ograniczonej dostępności oferty intelektualnej, kulturalnej i rozrywkowej (uwzględniając zarówno możliwości rodziny wiejskiej, jak i środowiska lokalnego), media stają się dla mieszkańców wsi jednym z podstawowych źródeł wiedzy, informacji, a także rozrywki.

W literaturze przedmiotu dotyczącej problemów uczestnictwa w kulturze wiele miejsca poświęca się uczestnictwu różnych grup społecznych w kulturze audiowizualnej oraz wpływu poszczególnych mediów (przekazów medialnych) na ich odbiorców. Bardzo mało natomiast badań i opracowań dotyczy mediów w rodzinie, a zwłaszcza w rodzinie wiejskiej. Sytuacja ta była inspiracją, a zarazem koniecznością, podjęcia badań empirycznych związanych z uczestnictwem wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej. Jest to o tyle istotne, że przemiany związane z transformacją systemową ograniczyły działalność lub całkowicie zlikwidowały instytucje kulturalno-oświatowe w środowisku wiejskim. Ich miejsce zajęły media (telewizja i inne media elektroniczne), które są atrakcyjne, powszechne, zaś dostęp do nich jest łatwy i stosunkowo tani. W coraz większym zakresie warunkują one formy uczestnictwa w kulturze wielopokoleniowych rodzin wiejskich – głównie uczestnictwo w kulturze audiowizualnej<sup>6</sup>.

Ustalenie zatem korzyści, jakie płyną z używania mediów elektronicznych, określenie rodzaju relacji wewnątrzrodzinnych wpływających na dominujący w rodzinie typ kultury, określenie motywów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej i w innych formach kultury wydaje się ważnym wyzwaniem edukacyjnym. Podjęte

<sup>4</sup> J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych. Teoria, badania, edukacja medialne*, Białystok 2007.

<sup>5</sup> A. Ogonowska, *Edukacja medialna. Klucz do rozumienia społecznej rzeczywistości*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria – praktyka – oddziaływanie*, Olsztyn 2003.

<sup>6</sup> D. Jankowski, *Aktywność kulturalna – aspekty socjalizacyjne i edukacyjne*, (w:) J. Gajda (red.), *Pedagogika kultury*, Lublin 1998.

w pracy wysiłki, podkreślające podmiotowy charakter relacji człowiek – media, zmierzają do interpretowania współczesnych mediów nie tylko jako nośników komunikacji, ale przede wszystkim jako narzędzi, którymi dysponuje człowiek w poznawaniu rzeczywistości, odgrywających w życiu odbiorcy istotną rolę w budowaniu jego wiedzy, opinii o otaczającym świecie, rozumieniu zjawisk i procesów w nim zachodzących<sup>7</sup>. Zagadnienie to stanowi także moje osobiste zainteresowanie, co niewątpliwie wynika z charakteru wykonywanego zawodu i obserwacji form uczestnictwa w kulturze środowiska wiejskiego, w którym wzrastałem.

Publikacja stanowi próbę wypełnienia swoistej luki poznawczej dotyczącej problematyki funkcjonowania mediów elektronicznych (telewizji, radia, komputera, Internetu) w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich. Ukazuje ona w sposób kompleksowy zagadnienia różnych aspektów funkcjonowania mediów elektronicznych w badanych rodzinach, zarówno w kontekście korzyści informacyjnych, wychowawczych, kulturowych, jak i zagrożeń wynikających z niewłaściwego korzystania z mediów elektronicznych. Zawarty w pracy materiał teoretyczno-empiryczny definiuje miejsce i rolę kultury audiowizualnej w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich. Przeprowadzone analizy empiryczne precyzują zakres oraz częstotliwość korzystania z mediów elektronicznych, a także charakter uczestnictwa w kulturze audiowizualnej badanych rodzin. Ważnym poznawczo zagadnieniem jest ponadto ustalenie dominującego rodzaju relacji międzypokoleniowych w kontekście korzystania przez badanych z poszczególnych mediów elektronicznych.

W dobie dynamicznej informatyzacji i mediatyzacji, nasycenia rzeczywistości „gadżetami multimedialnymi” z rozmysłem obszar eksploracji naukowych odnośnie do określonych mediów – telewizji, radia, komputera oraz Internetu. Zważywszy na aspekt ruralny, z jednej strony są to media tradycyjne (telewizja i radio), zadomowione niejako w przestrzeni życiowej wielopokoleniowych rodzin wiejskich, z drugiej zaś są to swego rodzaju nowinki (komputer oraz Internet). W kontekście przekształceń kultury (od odmasowienia w kierunku indywidualizacji) należy mieć na uwadze, że w środowisku wielopokoleniowej rodziny wiejskiej obecni są reprezentanci audytorium masowego (pokolenia średnie i starsze) oraz odbiorcy „nieskrępowani percepcyjnie” (pokolenie młode i niektórzy z pokolenia średniego). W związku z powyższym prawdopodobnie jest to ostatnia szansa na uchwycenie charakteru relacji wewnątrzrodzinnych w sytuacji oddziaływania mediów elektronicznych oraz ustalenia wspólnych obszarów i międzypokoleniowych różnic dotyczących uczestnictwa wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej.

Opracowanie tworzy siedem rozdziałów poprzedzonych wprowadzeniem. Cztery pierwsze stanowią teoretyczno-metodologiczny trzon pracy. Rozdział pierwszy

<sup>7</sup> W. Jakubowski, *Edukacja i kultura popularna*, Kraków 2001.

przedstawia zagadnienia dotyczące środowiska życia badanych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kontekście zmian, jakie w nim zachodzą głównie w wyniku rozwoju nowych mediów elektronicznych. Rozdział ten charakteryzuje wielopokoleniową rodzinę wiejską w dobie procesów transformacji systemowej i globalizacji. Drugi rozdział dotyczy zagadnień kultury, kultury audiowizualnej oraz uczestnictwa w kulturze audiowizualnej. Opisuje istniejące wybrane teorie mediów. Jeden z podrozdziałów poświęcony jest relacjom (podobieństwom i różnicom) między kulturą masową a kulturą popularną. Kolejny rozdział, trzeci, zawiera rozważania dotyczące typowego dla ponowoczesności audiowizualnego doświadczenia świata, koncentrując się na charakterystyce modeli komunikowania przez media oraz na czynnikach warunkujących skuteczność relacji człowiek – nowe media.

Rozdział czwarty został poświęcony założeniom metodologicznym badań własnych, gdzie zostały przedstawione przedmiot i cele badań, problemy badawcze oraz zmienne i ich wskaźniki. Rozdział ten zawiera opis procedury badawczej (model eklektyczny) wraz z charakterystyką wykorzystanych metod, technik, narzędzi badawczych oraz opis doboru terenu i grupy badanych, organizacji i przebiegu badań.

Kolejne rozdziały pracy dotyczą uczestnictwa poszczególnych generacji (dzieci i młodzieży, rodziców, dziadków) badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej. Treść tych rozdziałów dotyczy częstotliwości, zakresu oraz motywów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej, funkcji, jakie media elektroniczne (telewizja, radio, komputer, Internet) pełnią w życiu pokoleń młodego, średniego i starszego, postrzegania przez badanych mediów elektronicznych jako znaczącego źródła informacji, na podstawie których konstruują obrazy rzeczywistości (rozdział 5). Rozdział 6 stanowi swoistą egzemplifikację treści zawartych w poprzednich częściach. Dotyczy on wspólnych cech i różnic, jakie występują w „obrazie” uczestnictwa poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej. Na tej podstawie ustalony został charakter relacji zachodzących między poszczególnymi generacjami w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej. Ostatni rozdział (rozdział 7) zawiera typologię badanych rodzin w kontekście ich aktywności audiowizualnej oraz typy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej występujące w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich. Rozdział ten zawiera ponadto model rodzinnej edukacji medialnej, w którym próbuję przedstawić jej istotę, zadania, obszary działania i realizację.

Merytoryczną całość pracy wieńczy zakończenie zawierające wnioski empiryczne wynikające z analizy zagadnień przedstawionych w pracy oraz spis bibliografii.

---

*Podziękowania kieruję do Profesor dr hab. Jadwigi Izdebskiej, za inspiracje teoretyczne i metodologiczne, kreatywną krytykę i zaufanie. Dziękuję mojej żonie Edycie za wyrozumiałość i wsparcie oraz córce Wiktorii za natchnienie.*

---



# Rozdział 1

## Rodzina wiejska – constans i ewolucja

Mimo dokonujących się przemian o charakterze społecznym, ekonomicznym, kulturowym, które zmieniają rodzinę i jej środowisko, trudno jest wskazać na taki moment w życiu człowieka, w którym z jakichkolwiek przyczyn (zewnętrznych bądź wynikających z rozwoju indywidualnego), byłby on wyizolowany ze środowiska rodzinnego. Rodzina (ang. *family*, fr. *famille*, niem. *Familie*, ros. *semia*) jest główną przestrzenią życia i funkcjonowania człowieka, poczynając od okresu dzieciństwa, przez młodość, dojrzałość życiową, aż do okresu inwolucji i starości. „Od urodzenia aż do śmierci jednostka jest pod wpływem tego, co myślą, co cenią, do czego dążą, w co wierzą, co uznają za najważniejsze, według jakich zasad postępują rodzice i inni członkowie rodziny”<sup>1</sup>. Pomimo przeżywanym obecnie trudności, rodzina jest ciągle wspólnotą trwałą, nie do zastąpienia w zaspokajaniu potrzeb swych członków. Oddziaływania wewnątrzrodzinne kształtują funkcjonowanie umysłowe, społeczno-moralne, religijne, kulturowe oraz somatyczne swoich członków. W literaturze przedmiotu<sup>2</sup> podkreśla się, że rodzina jest podstawową, pierwotną, naturalną, najważniejszą i niezastąpioną grupą w życiu człowieka. Stwierdzić więc można, że rodzina zawsze była i nadal pozostaje szczególnym miejscem obcowania emocjonalnie najbliższych sobie osób.

W pedagogice jest zasadne, co wyraźnie podkreśla Andrzej W. Janke, „spojrzenie na rodzinę jako polikategorialny układ pedagogiczny. Takie właśnie podejście pozwala na wieloaspektowe jej ujmowanie z pozycji pedagogicznej, co w efekcie wyraża polimorficzny z natury rzeczy obraz rodziny”<sup>3</sup>. Dlatego też w naukach

<sup>1</sup> S. Kawula, J. Brągiel, A.W. Janke, *Pedagogika rodziny. Obszary i panorama problematyki*, Toruń 2007, s. 14.

<sup>2</sup> M.in. M. Ziemska, *Postawy rodzicielskie*, Warszawa 1969; M. Ziemska, *Rodzina a osobowość*, Warszawa 1975; J. Rembowski, *Rodzina w świetle psychologii*, Warszawa 1978; M. Tyszkowa, *Rozwój dziecka w rodzinie i poza rodziną*, Poznań 1985; Z. Tyszka, *Z metodologii badań socjologicznych nad rodziną*, Bydgoszcz 1988; F. Adamski, *Socjologia małżeństwa i rodziny*, Warszawa 1984; J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, Warszawa 1970; A.M. Tchorzewski, *Funkcje edukacyjne rodziny*, Bydgoszcz 1990; R. Wroczyński, *Pedagogika społeczna*, Warszawa 1974.

<sup>3</sup> A.W. Janke, S. Kawula, *Polimorficzność i komplementarność badań nad współczesną rodziną*, (w:) S. Kawula, J. Brągiel, A.W. Janke, *Pedagogika rodziny...*, dz. cyt., s. 29.

pedagogicznych, w perspektywie humanistycznej rodzinę ujmuje się najczęściej jako grupę społeczną, środowisko wychowawcze, środowisko kulturowe, jako instytucję wychowawczą, system społeczno-wychowawczy, co pozwala na pokazanie społecznych, wychowawczych i kulturowych aspektów rodziny, wewnątrzrodziny mechanizmów jej funkcjonowania oraz relacji między rodziną a innymi grupami i instytucjami wychowawczymi, a także mediami elektronicznymi.

### 1.1. Uwarunkowania i kierunki przemian wielopokoleniowej rodziny wiejskiej – struktura i jej funkcjonowanie

Rodzina jest stałym elementem życia społecznego<sup>4</sup>. Jako podstawowa forma organizacji społecznej człowieka jest interpretowana w różnych ujęciach: biologicznym, psychologicznym, pedagogicznym, ekonomicznym, kulturowym, socjologicznym. Rodzina jest również kategorią historyczną i zmienia się z upływem czasu, w zależności od epoki.

Podjmując problematykę przemian zachodzących w rodzinie, należy pamiętać, że ze swej natury jest ona bytem dynamicznym. Pomimo iż rodzina jest najstarszą i podstawową formą organizacji życia społecznego człowieka, to jednak jej struktura, skład osobowy, zasady i wzory wzajemnych stosunków, sposoby realizacji zadań oraz funkcji podlegają ciągłej modyfikacji. Siłą napędową tych zmian są procesy dotyczące całego społeczeństwa.

W literaturze przedmiotu przyczyny zmian w rodzinie dzieli się na dwie podstawowe grupy<sup>5</sup>. Pierwsza z nich dotyczy **procesów zewnętrznych**, związanych ze zmianą struktury społecznej i funkcji społecznych. Drugą grupę natomiast tworzą **procesy indywidualne, wewnętrzne**, do których należą zmiany w funkcjach rodziny, potrzebach poszczególnych jej członków. Z tego też względu, wraz ze zmianami zachodzącymi w obszarach społeczno-ekonomicznych, religijnych i kulturowych, zmienia się również oblicze współczesnej rodziny<sup>6</sup>. W rozważaniach dotyczących źródeł przemian wielopokoleniowej rodziny wiejskiej ważne wydaje się podejście, które ujmuje ją w dialektycznym układzie ze społeczeństwem. W świetle tego podejścia rodzina jest grupą odzwierciedlającą zachodzące w społeczeństwie zmiany, ale jednocześnie ma wewnętrzną dynamikę, która zapewnia jej pewien stopień niezależności od społeczeństwa. Stanowisko to zostało zaprezentowane i wyrażone w postaci precyzyjnych dyrektyw metodologicznych składających się na całościowy

<sup>4</sup> Z. Tyszka, *Rodzina we współczesnym świecie*, Poznań 2003.

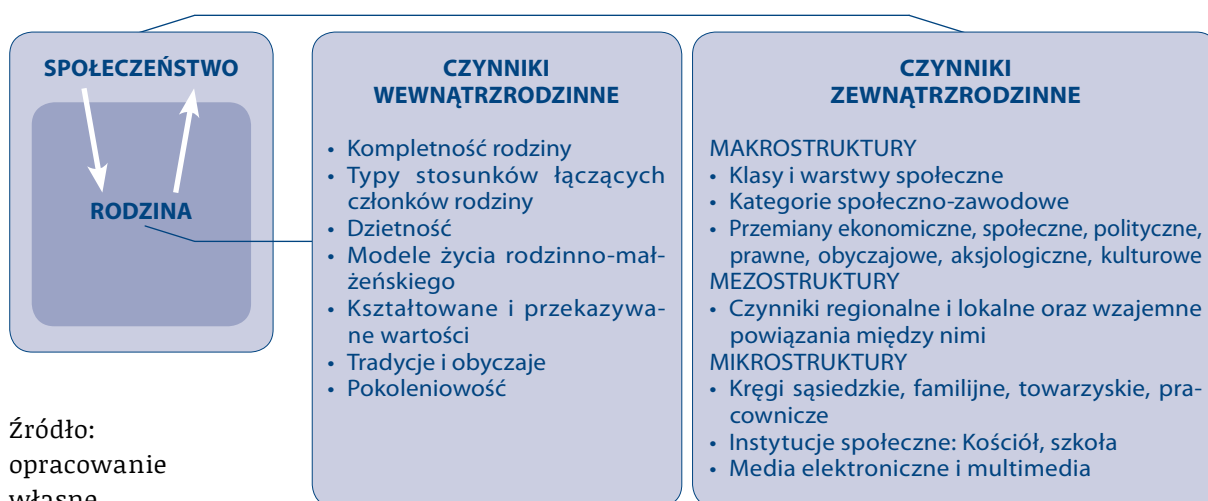
<sup>5</sup> F. Adamski, *Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy*, Kraków 2002.

<sup>6</sup> L. Dyczewski, *Rodzina polska i kierunki jej przemian*, Warszawa 1981, s. 7–14.

schemat postępowania badawczego opracowany przez Zbigniewa Tyszkę, twórcę poznańskiej szkoły badań nad rodziną<sup>7</sup>.

Swoistym łącznikiem systemu rodziny i szerszego systemu społecznego są członkowie rodziny<sup>8</sup>. Uczestniczą oni zarówno w życiu rodziny, jak i w życiu społecznym. Z jednej strony nasycają oni środowisko rodzinne wartościami, ideami, normami, dążeniami życiowymi, upodobaniami, wzorami zachowań i różnego rodzaju wytworami materialnymi, z którymi obcują w miejscach pracy, organizacjach, w środkach społecznego komunikowania, w centrach kształcenia. Z drugiej strony natomiast, ich rodzinne układy, rodzinne formy spędzania czasu wolnego, upodobania i wartości rzutują na wszystko to, co robią poza rodziną<sup>9</sup>. Im bardziej dynamicznym przeobrażeniom podlega społeczeństwo globalne, tym bardziej wyraźnym przemianom ulega rodzina, głównie **w zakresie modyfikacji jej struktury, funkcji oraz świadomości**. Z kolei modyfikowana rodzina wywiera wpływ na społeczeństwo globalne, jego subkultury i procesy<sup>10</sup>.

Schemat 1. Relacje rodzina – społeczeństwo w kontekście zmian społecznych



Interesujące dla problematyki tej pracy jest rozpatrywanie przemian rodziny w kontekście uwarunkowań społeczno-kulturowych. Jak uważa Leon Dyczewski, dwie dziedziny życia społecznego tworzą swoistą ramę istnienia rodziny i mniej lub bardziej mogą stabilizować strukturę rodziny oraz wspierać pełnione przez nią funkcje – są to struktura społeczna i kultura symboliczna. Na strukturę społeczeństwa, jak twierdzi autor, składają się takie elementy, jak pozycje społeczne, grupy

<sup>7</sup> Z. Tyszka (red.), *Poznańska szkoła badań nad rodziną*, Poznań 1990.

<sup>8</sup> E. Jankowska, *Kierunki i zasady wieloaspektowej analizy życia rodzinnego*, (w:) Z. Tyszka (red.), *Poznańska szkoła badań nad rodziną*, dz. cyt.

<sup>9</sup> L. Dyczewski, *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury*, Lublin 2003.

<sup>10</sup> Z. Tyszka, *Rodzina we współczesnym świecie*, dz. cyt.

społeczne, organizacje, instytucje, warstwy społeczne, zawody, kategorie jednostek-obywateli, społeczności lokalne i całe regiony. Natomiast kulturę symboliczną społeczeństwa tworzą wartości, idee, normy, wzory zachowań, dążenia życiowe, obrazy przeszłości i wizje przyszłości, wzory myślenia, cechy osobowościowe jednostek, wzory osobowe, wydarzenia i wytwory artystyczne<sup>11</sup>.

Te dwa wymiary (dziedziny) życia społecznego są ze sobą ściśle powiązane i podlegają ciągłym zmianom, „przy czym tempo i zakres tych zmian w obydwu dziedzinach wcale nie muszą być proporcjonalne”<sup>12</sup>. Obszary przemian w obu dziedzinach przedstawiam za Dyczewskim w tabeli 1.

Tabela 1. Zjawiska stanowiące kontekst społeczno-kulturowy dla rodzin w III RP

STRUKTURA		KULTURA
1. Silne nastawienie na zmianę 2. Ustrój demokratyczny 3. Wolny rynek 4. Różnicowanie się i komplikowanie 5. Ruchliwość przestrzenna i zawodowa 6. Wielość organizacji pozarządowych 7. Różnorodność członkostwa i jego częściowość 8. Prywatyzacja i wielość podmiotów gospodarczych 9. Wielość partii politycznych	<b>R O D Z I N A</b>	1. Silne nastawienie na zmianę 2. Otwartość na inne kultury 3. Wolność w dokonywaniu wyborów 4. Pluralizm wartości, norm i wzorów zachowań 5. Subiektywizm 6. Indywidualizm 7. Ideologia sukcesu 8. Współzawodnictwo 9. Laicyzacja

Źródło: L. Dyczewski, *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury*, dz. cyt., s. 22.

W ostatnich latach można jednak spostrzec pewne osłabienie tempa przekształceń w dziedzinie struktury społeczeństwa, natomiast w dziedzinie kultury symbolicznej zmiany przybierają na sile<sup>13</sup>. Obecnie, jak zauważa Dyczewski, w Polsce rozwijają się dwie tendencje w życiu rodzinnym. Jedna z nich „prowadzi do indywidualizacji pokoleń i pewnego ich oddzielenia, co przejawia się w usamodzielnianiu się pokoleń w zakresie mieszkania, spraw materialnych, w wyborze kierunku kształcenia, współmałżonka, dokonywania większych zakupów, w sposobach spędzania czasu wolnego”<sup>14</sup>. Druga tendencja zmierza ku bardziej ścisłym związkom osobowym, większej bezpośredniości w kontaktach, rozbudowie form wzajemnej pomocy<sup>15</sup>. Źródła przemian współczesnego wizerunku rodziny polskiej, w tym też wielopokoleniowej rodziny wiejskiej, należy doszukiwać się w zjawiskach, które zaszły w ostatnich pięćdziesięciu latach<sup>16</sup>.

<sup>11</sup> L. Dyczewski, *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury*, dz. cyt., s. 13.

<sup>12</sup> Tamże, s. 13.

<sup>13</sup> Tamże.

<sup>14</sup> L. Dyczewski, *Zmiany spójności więzi międzypokoleniowej w rodzinie*, (w:) J. Komorowska (red.), *Przemiany rodziny polskiej*, Warszawa 1975, s. 135.

<sup>15</sup> Tamże, s. 135.

<sup>16</sup> Z. Tyszką (red.), *Współczesne rodziny polskie – ich stan i kierunek przemian*, Poznań 2004, s. 90–91.

Z tradycji i specyfiki polskiej kultury narodowej wynika obraz rodziny polskiej, w której centralną pozycję zajmowały wartości i postawy psychospołeczne ściśle związane z rodziną<sup>17</sup>. Dużą rolę w kształtowaniu współczesnego wizerunku rodziny odegrały również wydarzenia II wojny światowej, głównie te związane z rozłąką, deportacją, dekompletacją rodziny oraz zmiany ustrojowe okresu powojennego. Na skutek procesów industrializacji, urbanizacji oraz migracji ukształtował się model rodziny przemysłowej. Moment ten był związany z przeobrażeniami ekonomiczno-społecznymi lat pięćdziesiątych, sześćdziesiątych oraz osiemdziesiątych XX wieku. Kryzys lat osiemdziesiątych w naszym kraju spowodował liczne trudności egzystencjalne polskiej rodziny, problemy mieszkaniowe, brak perspektyw życiowych, co w konsekwencji przyczyniło się do opóźnienia w rozwoju cywilizacyjnym polskiego społeczeństwa.

Dla wielu rodzin **okres transformacji politycznej i ekonomiczno-społecznej** lat dziewięćdziesiątych był związany z koniecznością adaptacji do dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości polityczno-ekonomiczno-społecznej<sup>18</sup>. Procesy transformacyjne zmierzają w kierunku społeczeństwa wolnorynkowego, demokratycznego, obywatelskiego.

Obecnie listę wymienionych zjawisk, kluczowych dla przemian i wizerunku współczesnych rodzin wielopokoleniowych, należałoby uzupełnić o aktualnie zachodzące ogólnoswiatowe **procesy globalizacji**. Z jednej strony dotyczą one różnicowania i syntetyzowania kultury, z drugiej zaś przyjmują także wymiar ekonomiczny w obszarze wyrównania poziomu i charakteru rozwoju gospodarczego, lub przeciwnie – pogłębiania jego nierównomierności i różnorodności<sup>19</sup>. Zaznaczyć należy, że rzeczywisty rozwój procesów globalizacyjnych umożliwił **dynamiczny rozwój nowoczesnych mediów elektronicznych oraz multimediiów**<sup>20</sup>. Nie bez znaczenia więc w tym zakresie jest postęp techniki i technologii informacyjnej<sup>21</sup>, który powoduje konieczność funkcjonowania człowieka oraz rodzin we współczesnej kulturze – kulturze popularnej. Przypomnę tylko, że kultura popularna jest faktem społecznym, wchodzącym w różne sfery życia ludzi, często wypełniającym im w całości czas wolny. Ma ona istotny wpływ na rytm życia codziennego: jest źródłem inspiracji i identyfikacji, w jej ramach zaspokajanych jest wiele potrzeb odbiorców, kreuje styl życia, modę, wpływa na sposoby widzenia świata i formułowania aspiracji życiowych<sup>22</sup>.

<sup>17</sup> L. Dyczewski, *Kultura polska w procesie przemian*, Lublin 1993, s. 64.

<sup>18</sup> R. Doniec, *Rodzinna wspólnota wartości*, (w:) E. Trempała, M. Cichosz (red.), *Pedagogika społeczna. Tradycja – terażniejszość – nowe wyzwania*, Olecko 2001.

<sup>19</sup> M. Golka, *Cywilizacja. Europa. Globalizacja*, Poznań 1999.

<sup>20</sup> W. Domaszewicz, J. Sauś, *Globalizacja społeczna – tworzenie nowej jakości socjokulturowej społeczeństwa*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria – praktyka – oddziaływanie*, Olsztyn 2003.

<sup>21</sup> A. Toffler, *Trzecia fala*, Warszawa 1985.

<sup>22</sup> W. Jakubowski, E. Zierkiewicz, *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, Kraków 2002.

Ściśle ze sobą powiązane procesy globalizacji i digitalizacji, wzrost ruchliwości przestrzennej i społecznej, rozwój medycyny, rozwój nauki i techniki, upowszechnianie się oświaty, rozwój nowych instytucji społecznych, upowszechnianie się nowego stylu życia, mają wpływ na kształtowanie nowego typu społeczeństwa, człowieka oraz rodziny<sup>23</sup>. W konstrukcjach ponowoczesnych kładzie się nacisk na wartości ekonomiczne, podniesienie poziomu życia, indywidualizm, samorealizację, międzyludzkie relacje o charakterze jakościowym, racjonalizm w podejmowaniu własnych decyzji i dokonywaniu wyborów życiowych. Przemiany zachodzące w związku z wymienionymi wartościami bardzo wyraźnie są widoczne w obrębie rodziny. Charakterystyczną cechą rodziny w perspektywie ponowoczesności jest:

- eksplozja indywidualizmu poszczególnych jej członków w różnych zakresach ich życia;
- eksplozja ekonomicznej racjonalności w funkcjonowaniu materialnym rodziny;
- negocjowanie bądź renegocjowanie ról rodzinnych zarówno przez rodziców, jak i dzieci, a w rodzinie wielopokoleniowej również przez pokolenie dziadków;
- przesunięcie socjalizacyjne w kierunku instytucji pozarodzinnych, grupy rówieśniczej, mediów i multimediiów;
- dominacja kultury prefiguratywnej;
- utrata autorytetu trwałości, niepowtarzalności, niezastępowalności doświadczeń starszego pokolenia, kanonu wartości, norm i zasad społecznych obowiązujących od pokoleń w rodzinie;
- alternatywne formy małżeństwa i rodziny;
- powstający nowy typ rodzin „otwartych”;
- redukcja (zawężenie) wielu funkcji rodziny na rzecz instytucji pozarodzinnych, grupy rówieśniczej, mediów i multimediiów;
- wzmożona aktywność w pozarodzinnych relacjach i układach społecznych.

Wymienione cechy, będące wyznacznikami współczesnej wielopokoleniowej rodziny wiejskiej, są wyraźnie widoczne w przemianach struktury zewnętrznej i wewnętrznej rodziny oraz funkcji, jakie ona pełni.

Procesy ponowoczesności spowodowały zanik, rozpadanie się stosunków pokrewieństwa i uniezależnienie się rodziny podstawowej od macierzystej. W miejscu rodziny wielopokoleniowej zaczęła się upowszechniać rodzina mała. Aktualnie jest zauważalna na wsi powszechność modelu rodziny nuklearnej, ale wciąż obecny

<sup>23</sup> M.in. F. Fukuyama, *Wielki wstrząs. Natura ludzka a odbudowa porządku społecznego*, Warszawa 2000; A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo późnej nowoczesności*, Warszawa 2001; Z. Bauman, *Ponowoczesność jako źródło cierpienia*, Warszawa 2000.



jest także model rodziny wielopokoleniowej. Wraz z usamodzielnieniem się rodziny podstawowej nastąpiła intensyfikacja więzi emocjonalnej, przejawiającej się w utrzymywaniu szerokich stosunków osobistych między pokoleniami. Dlatego też **współczesną wielopokoleniową rodzinę wiejską** interpretować należy jako zmodyfikowaną rodzinę poszerzoną (dużą, zwaną też kręgiem rodzinnym), która stanowi związek rodzin nuklearnych<sup>24</sup> będących w stanie częściowej zależności od siebie. Ich członkowie wymieniają między sobą usługi, czym różnią się od członków wyizolowanej rodziny nuklearnej. Poszczególne rodziny nuklearne zachowują jednak swą niezależność ekonomiczną, a niekiedy są przestrzennie rozproszone, co je z kolei różni od klasycznej rodziny poszerzonej. Nie ma w nich też hierarchicznej struktury autorytetu, przy utrzymywaniu się intensywnej więzi rodzinnej<sup>25</sup>.

Wielopokoleniowa rodzina wiejska znajduje się obecnie na pograniczu elementów, które konstituowały ją od wieków, oraz elementów zmiennych, będących tendencjami przemian wynikających z procesów ponowoczesności. Z jednej strony zatem wielopokoleniowa rodzina wiejska funkcjonuje, wykorzystując elementy, które tworzą „ramy moralne”, a więc wartości humanistyczne, ogólnoludzkie, cechy specyficzne domu rodzinnego wypracowane przez pokolenia, postrzeganie rodziny, domu jako wartości przestrzennej (materialnej i mentalnej). Z drugiej zaś strony wielopokoleniowa rodzina wiejska podlega przemianom cywilizacyjnym, globalnym, eksplozji mediów elektronicznych, technik informacyjnych, alternatywnym formom małżeństwa i relacji wewnątrzrodzinnych. Narażona jest również na rozpad dotychczasowego systemu wartości, hierarchii wewnątrzrodzinnych, zróżnicowanie form życia społecznego.

Stwierdzić można, że kierunek tych zmian jest jednakowy w rodzinach wiejskich i miejskich, niemniej tempo i intensywność zachodzących przemian są słabsze<sup>26</sup> w środowisku wiejskim. Zmiany w strukturze wielopokoleniowej rodziny wiejskiej obejmują: 1) zmianę pozycji i ról małżonków; 2) zmianę pozycji dziecka w rodzinie; 3) proces autonomizacji jednostki<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> S. Kawula, *Diagnozowanie potrzeb opiekuńczo-wychowawczych środowiska rodzinnego*, Toruń 1978, s. 125.

<sup>25</sup> F. Adamski, *Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy*, Kraków 2002.

<sup>26</sup> B. Tryfan, *Społeczne determinanty i konsekwencje zmian strukturalnych w rodzinie wiejskiej*, (w:) *Wpływ przeobrażeń makrostruktury na przemiany współczesnej rodziny polskiej – zróżnicowanie klasowo-warstwowe, zawodowe i środowiskowe*, Warszawa 1980; S. Kawula, J. Brągiel, W. Janke, *Pedagogika rodziny...*, dz. cyt.; L. Dyczewski, *Rodzina, społeczeństwo, państwo*, Lublin 1994; T. Rostowska, *Konflikt międzypokoleniowy w rodzinie*, Łódź 2001; S. Wierchosławski, *Rodzina w okresie transformacji*, Lublin 1997; J. Komorowska (red.), *Przemiany rodziny polskiej*, Warszawa 1975; T. Kukołowicz (red.), *Z badań nad rodziną*, Lublin 1975; Z. Tyszka (red.), *Metodologiczne problemy badań nad rodziną*, Poznań 1980.

<sup>27</sup> F. Adamski, *Socjologia małżeństwa i rodziny*, Warszawa 1994, s. 37–38.

Pierwszy z wymienionych elementów dotyczy przemian zmierzających w stronę **demokratyzacji stosunków między członkami rodziny**. Tradycyjny podział obowiązków i prac w rodzinie wiejskiej nie ulega radykalnym i szybkim zmianom. Znamioną cechą przemian współczesnej rodziny wiejskiej jest **proces egalitaryzacji ról małżeńskich**. Mowa tu o równouprawnieniu i partnerstwie w stosunkach rodzinnych, które zastępują dawny patriarchalny typ stosunków w zakresie władzy, autorytetu i kompetencji. Dotyczy to zarówno gospodarstwa rolnego, jak i gospodarstwa domowego, ponieważ proces oddzielania się od siebie tych dwóch kategorii w rodzinach wiejskich ma raczej charakter asekuracyjny<sup>28</sup>. Kobieta uzyskała więcej praw w zakresie kierowania gospodarstwem domowym i sprawami wewnątrzrodzinnymi. Często również podejmuje ona pracę poza gospodarstwem rolnym, stopniowo staje się niezależną i pełnoprawną partnerką mężczyzny we wszystkich sferach życia społecznego i rodzinnego. Gospodarstwo rolne natomiast często nadal jest zarządzane przez mężczyznę<sup>29</sup> współpracującego z ojcem lub teściem. W zależności od konkretnych potrzeb produkcyjnych w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich dochodzi do zamiany czynności między mężem a żoną. Można stwierdzić, że pojawiła się tendencja feminizacji ról mężczyzny i maskulinizacji ról kobiety. Zmienił się tym samym charakter ról małżeńskich. W rodzinach wielopokoleniowych stosunki małżeńskie oraz stosunki z pokoleniem dziadków straciły charakter zależności i podporządkowania, a nabrały cech równości, ponieważ coraz częściej opierają się na wartościach osobowych, a nie funkcjonalnych<sup>30</sup>. Obecnie dominujące stają się więzi emocjonalne i intelektualne. Pomimo jednak przekształcania się rodziny w związek partnerski, nadal istnieje asymetryczny podział obowiązków w rodzinie, a największa nierówność występuje w rodzinach chłopskich i robotników niewykwalifikowanych<sup>31</sup>.

Wraz z egalitaryzacją ról małżeńskich zmieniła się także **specyfika i zakres ról rodzicielskich i opiekuńczo-wychowawczych ze strony dziadków**. Rośnie zrozumienie dla potrzeb psychospołecznych najmłodszego pokolenia i to zarówno ze strony matki oraz ojca, jak i ze strony dziadków. We wszystkich typach rodzin wiejskich dzieci wysuwają się na plan pierwszy jako wartość nadrzędna<sup>32</sup>. Taka hierarchia wartości determinuje wzrost pozycji i roli dziecka w rodzinie. Pomimo tego, iż w gospodarstwach indywidualnych nadal korzysta się powszechnie z pracy dzieci, to jednak ich udział w procesie produkcji nie jest już celem nadrzędnym

<sup>28</sup> B. Tryfan, *Społeczne determinanty i konsekwencje zmian strukturalnych...*, dz. cyt., s. 107.

<sup>29</sup> H. Bednarski (red.), *Współczesne rodziny wiejskie*, Warszawa 1988.

<sup>30</sup> R. Doniec, *Rodzina wielkiego miasta. Przemiany społeczno-moralne w świadomości trzech pokoleń*, Kraków 2001.

<sup>31</sup> A. Kwak, *Rodzina i jej przemiany*, Warszawa 1994, s. 37–38.

<sup>32</sup> B. Tryfan, *Socjologia rodziny wiejskiej w Polsce*, Warszawa 1985.



i nie determinuje miejsca dziecka w rodzinie. Dzisiaj dla rodziców i dziadków **dziecko jest celem samym w sobie**, wymagającym ciepła, troski i opieki. Coraz częściej w sposób świadomy i odpowiedzialny dobiera się odpowiednie dla niego środki i metody wychowawcze, a okres dzieciństwa jest postrzegany jako coś ważnego w życiu dziecka. Nowy stosunek do dziecka w wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej polega więc na zwalnianiu go z nadmiaru obowiązków produkcyjnych, zapewnianiu mu wykształcenia, organizowaniu czasu wolnego, wypoczynku, trosce o zdrowie. Niepokojące jednak jest to, że bardzo często posiadanie dziecka rozpatrywane jest w kategoriach „kosztów” i „korzyści”<sup>33</sup>.

Zmiany, jakie się dokonały i nadal się dokonują w naszym kraju, spowodowały **nowy stosunek do nauki i wyboru zawodu**. Kontakt z miastem ułatwia przełamywanie barier społecznych, a także wywiera wpływ na kształtowanie się aspiracji i pragnień zarówno młodzieży wiejskiej, jak i ich rodziców oraz dziadków. Porównywanie warunków bytu, perspektyw cywilizacyjnych i szans życiowych sprawia, że coraz powszechniejszym dążeniem rodziny wiejskiej staje się zapewnienie swym dzieciom „lepszego życia” dzięki edukacji. W systemie wartości współczesnych rodziców i dziadków ze środowiska wiejskiego, kwalifikacje zawodowe i wiedza fachowa zyskują wysoką rangę, a nauka dziecka staje się w ich opinii koniecznym szczeblem awansu i sukcesu osobistego<sup>34</sup>.

Cechą charakterystyczną ponowoczesności jest **unifikacja kulturalna i obyczajowa środowisk życia człowieka**. Pociąga to za sobą zmiany w systemie wartości, aspiracji życiowych i norm postępowania. Akceptacja miejskiego stylu życia prowadzi do podziału sfery czasu na czas pracy i czas wolny od pracy. Wraz z pojawieniem się tych kategorii praca członków zespołu rodzinnego, podobnie zresztą jak dobro gospodarstwa, przestaje być wartością autonomiczną, a zaczyna być traktowana jako środek do osiągnięcia innych wartości w postaci komfortu życia, komfortu mieszkaniowego, dostępności do rozrywek, kontaktów towarzyskich, swobody dostępu do kultury. Wraz ze zmianami w strukturze społecznej i oddzieleniem produkcji od rodziny zaczęła się stopniowa **autonomizacja jej członków**. Podporządkowanie się dobru wspólnemu rodziny ustępuje miejsca realizacji indywidualnych celów. Członkowie rodzin coraz częściej określają się najpierw w kategoriach „ja”, a dopiero potem w kategoriach „my”, tzn. rodziny.

Mówiąc o procesach transformacji systemowej i ich wpływie na strukturę i funkcjonowanie rodzin wiejskich, należy również wskazać na pewne skutki ujemne tych oddziaływań. Najwyraźniej są one widoczne w odniesieniu do wsi popegerowskiej, która podobnie jak większość wsi przechodziła znaczącą ewolucję.

<sup>33</sup> R. Doniec, *Rodzina wielkiego miasta...*, dz. cyt., s. 18.

<sup>34</sup> B. Tryfan, *Socjologia rodziny wiejskiej w Polsce*, dz. cyt.

W roku 1991 uchwalono akt prawny, który w istocie okazał się formalnym wyrokiem na PGR-y. Akt ten od strony formalnej można uznać za jedną z głównych sił sprawczych likwidacji rolnictwa państwowego i niekorzystnych przemian wsi pegeerowskiej<sup>35</sup>. Charakterystycznymi cechami takich rodzin jest skrajna bieda, brak aktywności zawodowej, kulturalnej. Większość działań rodziny poświęcających jest staraniom o elementarną egzystencję. W wielu rodzinach osłabła motywacja rodziców, by kształcić dzieci. Niemal całkowitej redukcji uległy specyficzne dla pracowników PGR-ów formy spędzania czasu wolnego<sup>36</sup> – spotkania towarzyskie zaprzyjaźnionych rodzin, zabawy wiejskie, uczęszczanie do klubów, świetlic, komercyjnych dyskotek. W obszarze norm moralnych i obyczajowych zauważyć można wzrost liberalizmu. W związku z powyższym jako naturalne, „normalne” traktowane są patologie takie, jak złodziejstwo, alkoholizm, konflikty w społeczności lokalnej.

Przeobrażenia w strukturze wielopokoleniowej rodziny wiejskiej pociągnęły za sobą przemiany jej funkcji. Te dwa aspekty analizy życia rodzinnego ściśle się ze sobą łączą i wzajemnie warunkują.

Wraz z procesami industrializacji i urbanizacji uległa redukcji **funkcja ekonomiczna** rodziny. Ziemia, stanowiąc w przeszłości wartość autoteliczną, stała się przede wszystkim źródłem utrzymania rodziny. W tej sytuacji rodzina przestała być ośrodkiem produkcyjnym. Jej członkowie nie współpracują już ze sobą w ramach wspólnego gospodarstwa domowego w takim stopniu jak dawniej. W pewnym sensie można stwierdzić, że zmniejszenie roli funkcji ekonomicznej zapoczątkowało procesy dezintegracji rodziny. Obecnie realizacja tej funkcji polega przede wszystkim na zdobywaniu środków do życia oraz zabezpieczaniu podstawowych potrzeb konsumpcyjnych rodziny: dostarczanie dóbr materialnych, poszukiwanie dodatkowych możliwości zarobku, zabiegi oszczędnościowe, współpraca w prowadzeniu gospodarstwa domowego.

Realizacja funkcji ekonomicznej w tradycyjnej rodzinie wiejskiej wymagała odpowiedniej liczby członków rodziny, dlatego też duże znaczenie miała **funkcja biologiczna** (inaczej **prokreacyjna**). W rodzinie tradycyjnej funkcja ta łączyła się ściśle z **funkcją seksualną**.

W warunkach zachodzących procesów ponowoczesności duża rodzina wiejska traci jednak swój walor funkcjonalności. Wiek XX wraz z liberalizacją norm moralnych i obyczajowych spowodował, że coraz częściej akceptuje się model rodziny małej, choć rzadziej niż w mieście jest to rodzina nuklearna. Mimo zmniejszania

<sup>35</sup> Z. Zychowicz, M. Jędrzycka, *Współczesny wizerunek dawnej wsi pegeerowskiej*, (w:) I. Machaj (red.), *Stare i nowe struktury społeczne w Polsce*, t. II. *Wiś*, Lublin 1999.

<sup>36</sup> Tamże.

się wielkości rodzin wiejskich, nadal są one bardziej liczne niż miejskie<sup>37</sup>. Specyficzny charakter indywidualnego gospodarstwa rolnego na wsi powoduje odmiennosc **procesu wychowania** w rodzinie wiejskiej.

Wraz z rozwojem społeczeństw część funkcji wychowawczych rodziny przejęły powołane w tym celu instytucje specjalistyczne (np. szkoła). Proces ten nie dokonywał się jednak w sposób bezkonfliktowy, ponieważ nauka dziecka w szkole oznaczała osłabienie potencjału rodzinnego. Obecnie jednak w rodzinie wiejskiej wychowywanie staje się funkcją bardziej autonomiczną, wyraźnie wyodrębnioną spośród innych funkcji rodziny. Przede wszystkim nie podlega, tak jak dawniej, ścisłemu reżimowi organizacji pracy w gospodarstwie rolnym i domowym. Co ciekawe, o czym mówią badania<sup>38</sup>, obowiązki szkolne dzieci wiejskich górują nad obowiązkami pracy w gospodarstwie. Jest to sytuacja w większości świadomie akceptowana przez starsze pokolenie rodziny wiejskiej. W coraz większym stopniu są uwzględniane, niedostrzegane w przeszłości, potrzeby emocjonalne dzieci. Jednocześnie można zaobserwować intensyfikację działań rodziny na rzecz zapewnienia dziecku możliwie jak najlepszej edukacji, gdyż w społeczeństwie ponowoczesnym staje się ona podstawowym kanałem awansu społecznego dla młodych mieszkańców wsi<sup>39</sup>. Nauka dziecka zyskuje w opinii najstarszych generacji jako konieczny szczebel awansu i sukcesu osobistego<sup>40</sup>.

Przyczyniło się to tym samym do redukcji **funkcji stratyfikacyjnej** rodziny. Obecnie relatywizm norm moralnych, ocen, systemów społecznych powoduje, że miejsce lub typ rodziny pochodzenia nie determinuje w sposób absolutny losów człowieka. Współcześnie można mówić o zacieraniu się granic zarówno w sensie fizycznym (struktury Unii Europejskiej, migracje zarobkowe), jak i w znaczeniu symbolicznym. Mowa tu o bezgraniczności uczestnictwa w kulturze globalnej, popularnej, ale również o zacieraniu granic międzypokoleniowych, dotyczących między innymi form spędzania czasu wolnego, uczestnictwa w kulturze, korzystania ze zdobyczy cywilizacyjnych, które dla wszystkich są takie same. Dziś o pozycji społecznej decyduje przede wszystkim zdobyte wykształcenie, ale również wykonywany zawód oraz zdolności osobiste.

Bardzo ważną, a zarazem jedną z trudniejszych i bardziej złożonych funkcji współczesnej rodziny jest **funkcja socjalizacyjna**. Jej istota dotyczy wprowadzania członków rodziny w życie społeczne, uczenia zachowań według przyjętych norm,

<sup>37</sup> J. Domalewski, hasło: *Rodzina wiejska*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 5, Warszawa 2006, s. 372.

<sup>38</sup> H. Bednarski (red.), *Współczesne rodziny wiejskie*, Warszawa 1988.

<sup>39</sup> J. Domalewski, hasło: *Rodzina wiejska*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 5, dz. cyt., s. 372.

<sup>40</sup> B. Tryfan, *Socjologia rodziny wiejskiej w Polsce*, dz. cyt.

zasad i wzorów, uczenia stosunku do otoczenia, pracy, osób starszych. Wypełnianie tej funkcji przez rodzinę polega również na międzygeneracyjnym przekazie języka, wiedzy, kultury, wartości moralnych obowiązujących w danym społeczeństwie oraz przygotowywaniu do wykonywania określonych ról społecznych, w tym także małżeńskich i rodzicielskich. Podlegają jej zarówno dzieci, jak i osoby dorosłe. Jak twierdzi Zofia Gawlina, z jednej strony funkcja socjalizacyjna wywiera wpływ na wypełnianie innych funkcji, a z drugiej jest przez nie odpowiednio modyfikowana<sup>41</sup>. Realizacja tej funkcji w rodzinie zależy od zewnętrznych procesów społecznych i czynników wewnątrzrodzinnych, a więc uwarunkowań związanych ze specyfiką makro- i mikrostruktury społecznej, z typem społeczności lokalnej, jak również z charakterystycznymi cechami struktury rodziny, jej sytuacją materialną, kulturalną, wykształceniem rodziców oraz panującymi w niej modelami świadomościowymi. Oddziaływania socjalizacyjne obecnie dotyczą rozwijania kierunkowych dyspozycji osobowościowych dziecka, a więc potrzeb, motywów, uczuć i postaw. Kształtowanie sfery emocjonalno-motywacyjnej należy do najtrudniejszych zadań pedagogicznych i wymaga w pełni refleksyjnego podejścia. Z tego też względu z funkcji socjalizacyjnej rodziny wyodrębnia się działania wychowawcze, chociaż w rzeczywistości wchodzi one w jej skład. Trud realizacji funkcji socjalizacyjnej w rodzinie polega na tym, że obecnie, jak pisze Zbigniew Kwieciński, obserwuje się zasadnicze „**przesunięcie socjalizacyjne i inkulturacyjne**”. „Dzieci i młodzież »wychodzą« spod wpływów rodziny, Kościoła, szkoły, a głównymi agendami socjalizacji i inkulturacji stają się mass media i grupa rówieśnicza. Telewizja, film wideo, gry komputerowe stają się niebezpiecznymi środowiskami wprowadzania dzieci i młodzieży w bezemocjonalną kulturę przemocy oraz oporu wobec norm życia dorosłych”<sup>42</sup>.

Równie ważną, a może jedną z najważniejszych funkcji rodziny wiejskiej (i rodziny w ogóle), jest **funkcja emocjonalno-ekspresyjna**, określana też jako **funkcja miłości**. Wraz z procesami industrializacji funkcja ta wyraźnie zyskała na znaczeniu. Dziś jednym z głównych zadań rodziny jest zaspokajanie emocjonalnych potrzeb członków rodziny oraz stwarzanie im warunków swobodnej wymiany psychicznej służącej wyrażaniu własnej osobowości. Istotne jest dzisiaj stworzenie jak najbardziej intymnej i osobowej więzi w rodzinie, zarówno między małżonkami, jak również między dziadkami, rodzicami i dziećmi. Obowiązkiem rodziny jest dziś zaspokajanie potrzeby miłości, kochania i bycia kochanym, uznania, szacunku, bezpieczeństwa oraz poczucia przynależności. Poziom ich zaspokojenia decyduje

<sup>41</sup> Z. Gawlina, *Proces wychowania w rodzinie*, Kraków 1988, s. 51.

<sup>42</sup> Z. Kwieciński, *Wizja przyszłości a zmiany w edukacji*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1998, s. 23.

z kolei o spójności małżeństwa i trwałości rodziny, co jest istotne z jednostkowego i społecznego punktu widzenia.

Wyraźnemu ograniczeniu w dobie transformacji systemowej uległa **funkcja opiekuńcza**. W rodzinie tradycyjnej była to jedna z najważniejszych funkcji. Dziś funkcja opiekuńcza jest realizowana w odniesieniu do dzieci, natomiast w przypadku starzejących się rodziców, dziadków obowiązki rodziny przejmują w coraz większym stopniu powołane w tym celu instytucje. Funkcja ta obecnie w mniejszym stopniu służy materialnemu zabezpieczeniu rodziny, a w większym zaspokajaniu potrzeb emocjonalnych jej członków.

Specyfika kultury danego społeczeństwa lub konkretnej zbiorowości oraz panujące w niej tradycje w dużym stopniu wyznaczają wypełnianie przez rodzinę jej **funkcji integracyjnej**. W Polsce powojennej wraz z przeobrażeniami społeczno-ustrojowymi nastąpiło wyraźne rozluźnienie więzi międzypokoleniowej, a tym samym złagodzenie nadzoru rodzinnego. Równocześnie poszerzyło się pole tolerancji dla zachowań dotąd nieakceptowanych<sup>43</sup>. Funkcja integracyjna rodziny została w dużym stopniu zredukowana i nadaje się jej obecnie drugorzędne znaczenie.

W porównaniu do społeczeństwa preindustrialnego współcześnie wzrosła ilość wolnego czasu, a jego rola diametralnie się zmieniła, co ma wpływ na zmianę realizacji w rodzinie **funkcji rekreacyjnej**. Wraz ze zmianą stylu życia i pracy, zmieniły się również rodzinne formy spędzania czasu wolnego. Pojawiło się poza tym wiele instytucji specjalizujących się w świadczeniu różnorodnych usług rekreacyjnych dla rodziny. Obecnie takimi instytucjami są też media elektroniczne oraz multimedia.

W wyniku przemian związanych z transformacją systemową oraz procesami globalizacyjnymi przemianom uległ zakres **funkcji religijnej**. Jej istota dotyczy przekazu w ramach życia rodzinnego wartości, norm i wzorów zachowań religijnych. W społeczeństwie industrialnym nastąpiła gwałtowna racjonalizacja życia, a wraz z nią pogłębiająca się sekularyzacja życia religijnego i małżeńsko-rodzinnego. Wpłynęło to na osłabienie praktyk religijnych rodziny, jej laicyzację, rozluźnienie więzi z Kościołem. Obecnie jednak rodzina polska pełni nadal silnie rozwiniętą funkcję religijną, realizując tym samym podstawową rolę w kształtowaniu religijności młodych pokoleń.

Procesy transformacji systemowej w Polsce oraz przemiany o charakterze globalnym spowodowały zmianę charakteru wielu funkcji realizowanych przez wielopokoleniowe rodziny wiejskie. Jak wynika z ustaleń, funkcje te ulegają ciągłej modyfikacji, przekształceniom, chociaż ich podstawa jest trwała, nienaruszalna.

<sup>43</sup> R. Doniec, *Rodzina wielkiego miasta...*, dz. cyt., s. 22.

## 1.2. Rodzina wielopokoleniowa w środowisku wiejskim w interpretacji ekologii humanistycznej

**Rodzina wiejska** (ang. *rural family*, fr. *familie rurale*, niem. *bäuerlichen Familie*) stanowi podstawową grupę społeczną we wszystkich formach społeczeństw. Rodzinę wiejską (podobnie jak każdą prawidłowo funkcjonującą rodzinę) rozpatrywać należy według kryteriów analizy pojęcia rodziny, omówionych w poprzednim podrozdziale. Rodzina wiejska jednak ze względu na odmienne środowisko zamieszkania różni się od rodziny miejskiej ogółem warunków materialnych i niematerialnych dostępnych jej członkom, co w konsekwencji rzutuje m.in. na inne korzystanie z urządzeń cywilizacyjnych, organizację czasu wolnego, styl życia, podział pracy<sup>44</sup>. Element ruralny jest więc tym, który obecnie odróżnia rodzinę wiejską od rodziny miejskiej, ale w znacznym stopniu określał również jej strukturę i funkcjonowanie w przeszłości. Przemiany modelu i funkcji rodziny wiejskiej najbardziej są widoczne przy rozpatrywaniu przeobrażeń jej funkcji, jakie dokonują się pod wpływem procesów industrializacji i urbanizacji.

Na wsi (podobnie jak i w mieście), ze względu na wielkość rodziny, można wyróżnić rodzinę nuklearną<sup>45</sup> (małżeńską) składającą się z małżeństwa i dzieci oraz rodzinę wielopokoleniową (poszerzoną). **Rodzina wielopokoleniowa** w polskim społeczeństwie, pomimo iż nie jest dominującą formą życia rodzinnego, nadal funkcjonuje<sup>46</sup> (głównie na obszarach wiejskich). W ujęciu tradycyjnym rodzina wiejska była właśnie rodziną dużą, wielopokoleniową. Funkcjonowały w niej trzy i więcej pokolenia, kierowane przez ojca-patriarchę<sup>47</sup>. Zakładane przez dorosłe dzieci rodziny nie nabywały samodzielności natychmiast, lecz w toku wieloletniego procesu, funkcjonując przez ten okres w ramach rodziny wielkiej i pozostając względem niej w zależności (głównie ekonomicznej). Tradycyjna wielopokoleniowa rodzina wiejska, stanowiąc najbardziej elementarną część

<sup>44</sup> F. Adamski, *Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy*, dz. cyt.

<sup>45</sup> O ich przemianach, strukturze, funkcjonowaniu pisali m.in. William F. Ogburn, Harvey J. Locke, Ernest W. Burgess, Talcott Parsons.

<sup>46</sup> Por. S. Kawula, J. Brągiel, W. Janke (red.), *Pedagogika rodziny*, dz. cyt.; L. Dyczewski, *Rodzina, społeczeństwo, państwo*, dz. cyt.; T. Rostowska, *Konflikt międzypokoleniowy w rodzinie*, Łódź 2001; S. Wierchoślawski, *Rodzina w okresie transformacji*, Lublin 1997; R. Doniec, *Rodzinną wspólnotą wartości – analiza przemian generacyjnych*, (w:) E. Trempała, A. Cichosz (red.), *Pedagogika społeczna. Tradycja – terażniejszość – nowe wyzwania*, Olecko 2001; L. Dyczewski, *Zmiany spójności więzi międzypokoleniowej w rodzinie*, (w:) J. Komorowska (red.), *Przemiany rodziny polskiej*, Warszawa 1975; T. Kukołowicz (red.), *Z badań nad rodziną*, Lublin 1975; L. Dyczewski, *Udział pokoleń starszych w procesie kształtowania pokoleń młodszych*, (w:) F. Adamski (red.), *Wychowanie w rodzinie chrześcijańskiej*, Kraków 1984; Z. Tyszka (red.), *Metodologiczne problemy badań nad rodziną*, Poznań 1980.

<sup>47</sup> J. Domalewski, hasło: *Rodzina wiejska*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 5, dz. cyt., s. 371.



społecznej organizacji wsi, tkwiła w systemie lokalnych powiązań sąsiedzko-krewniaczych<sup>48</sup>.

Procesy industrializacji i urbanizacji spowodowały jednak zanik, rozpadanie się stosunków pokrewieństwa i uniezależnienie się rodziny podstawowej od macierzystej. W miejsce rodziny wielopokoleniowej zaczęła się upowszechniać rodzina mała (obecnie zauważalna jest na wsi powszechność modelu rodziny nuklearnej, ale wciąż obecny jest także model rodziny wielopokoleniowej). Wraz z usamodzielnieniem się rodziny podstawowej nastąpiła intensyfikacja więzi emocjonalnej, przejawiającej się w utrzymywaniu szerokich stosunków osobistych między pokoleniami. Dlatego też **współczesną wielopokoleniową rodzinę wiejską** interpretować należy jako zmodyfikowaną rodzinę poszerzoną (dużą, zwaną też kręgiem rodzinnym), która stanowi związek rodzin nuklearnych<sup>49</sup>, będących w stanie częściowej zależności od siebie. Ich członkowie wymieniają między sobą usługi, czym różnią się od członków wyizolowanej rodziny nuklearnej. Poszczególne rodziny nuklearne zachowują jednak swą niezależność ekonomiczną, a niekiedy są przestrzennie rozproszone, co je z kolei różni od klasycznej rodziny poszerzonej. Nie ma w nich też hierarchicznej struktury autorytetu przy utrzymywaniu się intensywnej więzi rodzinnej<sup>50</sup>.

Przyjmuję zatem, że rodzinę wielopokoleniową tworzą przynajmniej trzy pokolenia: dziadkowie, rodzice i ich dzieci (trzy generacje: starsza, średnia i młoda). Rodzina wielopokoleniowa jest swoistą wspólnotą silnie związaną emocjonalnie pomocą, usługami oraz pracą, jest też źródłem autentycznych i specyficznych kontaktów międzyludzkich, silnych i trwałych więzi emocjonalnych między dziadkami, rodzicami i dziećmi. Jest ona środowiskiem wychowawczym i kulturowym, w których występują wielorakie zjawiska społeczne, wychowawcze, kulturowe, kluczowe dla prawidłowego funkcjonowania jej członków w ciągle zmieniającej się rzeczywistości.

Istotną kategorią pojęciową w kontekście rodziny wielopokoleniowej jest termin **pokolenie** (ang. *generation*, fr. *génération*, niem. *Generation*, ros. *pokolenije*). Na płaszczyźnie semantycznej pojęcia „pokolenie – generacja” są traktowane synonimicznie. W sensie potocznym bywają one określane jako średni czas, który upływa między narodzinami rodziców a narodzinami ich dzieci. Problematyką pokolenia zajmuje się wiele różnych dziedzin naukowych<sup>51</sup> – socjologia, psychologia, filozofia, historia literatury, oraz pedagogika, dlatego też w literaturze przedmiotu pojęcie to jest

<sup>48</sup> Tamże, s. 371.

<sup>49</sup> S. Kawula, *Diagnozowanie potrzeb opiekuńczo-wychowawczych środowiska rodzinnego*, dz. cyt., s. 125.

<sup>50</sup> F. Adamski, *Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy*, dz. cyt.

<sup>51</sup> Kategoria pokolenia obecna jest w pracach takich autorów, jak Karl Mannheim, Józef Chałasiński, Jose Ortega y Gasset, Maria Ossowska, Kazimierz Wyka.

definiowane w różnych ujęciach: następstw biologicznych, historycznych, w ujęciu temporalnym bądź socjokulturowym. Oczywiście definiowanie pokolenia wyłącznie w kategoriach następstw biologicznych<sup>52</sup>, tj. przechodzenia od młodości przez dorosłość do starości, nie jest wystarczające, ponieważ nie uwzględnia płaszczyzny intelektualnej oraz kontekstu społeczno-kulturalnego.

Uważam, że w perspektywie problematyki uczestnictwa wielopokoleniowej rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej najbardziej pełnym ujęciem nadającym kategorii pokolenia wymiar humanistyczny, jest definicja Teresy Rostowskiej. Według autorki pokolenie to zbiorowość ludzkich jednostek o zbliżonym wieku, których zainteresowania, potrzeby, postawy, motywy działania i światopogląd zostały ukształtowane przez wspólne doświadczenia życiowe, a zwłaszcza przez zmiany historyczne, ekonomiczne i naukowo-techniczne danej epoki<sup>53</sup>.

W świetle podjętych analiz nad wielopokoleniową rodziną wiejską wyjaśnienia wymaga pojęcie **środowiska lokalnego**. Pozwolę sobie powtórzyć raz jeszcze, co w tym miejscu wydaje się zasadne, że określone miejsce zamieszkania (w tym przypadku środowisko wsi), określa ogół warunków materialnych i niematerialnych dostępnych poszczególnym generacjom. Jest to zatem kategoria bardzo ważna, ponieważ w konsekwencji wywiera bezpośredni lub pośredni wpływ m.in. na korzystanie z urządzeń cywilizacyjnych, organizację wolnego czasu, styl życia, korzystanie z lokalnych instytucji, a także jakość relacji wewnątrzrodzinnych. Czym więc jest środowisko lokalne? Twórczyni polskiej pedagogiki społecznej Helena Radlińska określiła środowisko jako „zespół zjawisk przyrodniczych, kulturalnych i osobowych, w których człowiek bytuje, a które przekształcają osobowość, oddziałując stale lub przez dłuższy czas”<sup>54</sup>. Podobnie uważa Ryszard Wroczyński. Autor eksponuje takie rozumienie środowiska<sup>55</sup>, w którym „jest ono zespołem czynników warunkujących i współwyznaczających procesy rozwojowe człowieka”<sup>56</sup>. W świetle tych klasycznych już dziś definicji środowisko jawi się jako „źródło zewnętrznych bodźców rozwojowych, wywołujących określone zmiany w psychice i osobowości człowieka, umożliwiających harmonię z otoczeniem”<sup>57</sup>. Otoczenie zaś jest czymś obiektywnym, niezależnym od człowieka, charakteryzuje je struktura zmienna, krótkotrwała<sup>58</sup>.

<sup>52</sup> Znamienne w retoryce m.in. Herodota, Davida Hume’a, Augusta Comte’a.

<sup>53</sup> T. Rostowska, *Konflikt międzypokoleniowy w rodzinie*, Łódź 2001.

<sup>54</sup> H. Radlińska, *Pedagogika społeczna*, Kraków, 1961.

<sup>55</sup> M.in. J. Izdebska, *Dziecko w rodzinie u progu XXI wieku. Niepokoje i nadzieje*, Białystok 2000; J. Brągiel, *Rodzinne i osobowościowe uwarunkowanie sukcesu szkolnego dziecka z rodziny rozwiedzionej*, Opole 1994; A. Olubiński, *Konflikty rodzice–dzieci. Dramat czy szansa?*, Toruń 1994.

<sup>56</sup> R. Wroczyński, *Pedagogika społeczna*, Warszawa 1985, s. 76.

<sup>57</sup> D. Lalak, T. Pilch, *Elementarne pojęcia pedagogiki społecznej i pracy socjalnej*, Warszawa 1999, s. 297.

<sup>58</sup> H. Radlińska, *Pedagogika społeczna*, Warszawa 1961; E. Mazurkiewicz, *Walory praktyczności pedagogiki społecznej*, (w:) T. Pilch, I. Lepalczyk (red.), *Pedagogika społeczna. Człowiek w zmieniającym się świecie*, Warszawa 1995, s. 79.



Środowisko lokalne często jest określane w kategoriach terytorialno-zbiorowościowych jako teren przestrzennie wydzielony, w którego skład wchodzi, oprócz mieszkań, wszelkie urządzenia usługowe, socjalne, kulturalne, uzależnione od potrzeb i struktury społeczno-demograficznej mieszkańców. Podkreślić należy, że **środowisko lokalne tworzą przede wszystkim ludzie** zamieszkujący określony obszar terytorialny, których charakteryzuje poczucie izolacji, jednolitości zawodowej i ekonomicznej, tożsamości etnicznej i kulturowej<sup>59</sup>. Często mieszkańcy jednej bądź kilku sąsiedzkich wsi mają wspólną odległą tradycję, wartości, symbole, co sprzyja kształtowaniu się świadomości jedności i odrębności<sup>60</sup> oraz rozwoju grup społeczności lokalnej, będących podstawą tworzenia się więzi i współzależności międzyludzkich. Poczucie jedności i odrębności sprzyja kontaktom społecznym, wytwarzaniu atmosfery swojskości, ułatwiającej kształtowanie się osobowości wszystkich mieszkańców danego środowiska – dzieci, młodzieży, dorosłych<sup>61</sup>. W podobnym tonie środowisko lokalne definiuje Wiesław Theiss, rozumiejąc je jako społeczność, która żyje na niewielkiej przestrzeni, a jej członkowie są skupieni wokół aprobowanych wartości, celów czy interesów. Mikołaj Winiarski, nadając środowisku lokalnemu wymiar wychowawczy, definiuje je jako zespół czynników społeczno-kulturowych i naturalnych wywierających wpływ wychowawczy w ramach rejonu zamieszkania (osiedle mieszkaniowe, wieś, małe miasto). W skład tego środowiska wchodzi nie tylko środowiskowe instytucje, placówki i grupy społeczne, ale także konteksty geograficzny i społeczno-kulturowy<sup>62</sup>.

Ważne z perspektywy problematyki poruszanej w tej pracy jest ujęcie środowiska lokalnego proponowane przez Tadeusza Pilcha, który uważa, że oprócz zbiorowości społecznej zamieszkującej niewielki, względnie zamknięty obszar, środowisko lokalne oznacza również system instytucji służących organizacji życia zbiorowego, takich jak Kościół, szkoła, instytucje usługowe, urządzenia socjalne lub rekreacyjne oraz mechanizmy regulujące zachowania jednostkowe i stosunki międzyludzkie, a więc obyczajowość, normy moralne, autorytety i wzory zachowań<sup>63</sup>. Podkreślić należy, że środowisko lokalne tworzą przede wszystkim ludzie. Poza tym, że zamieszkują oni określone terytorium, charakteryzuje ich styczność przestrzenna oraz łączność psychologiczna. W perspektywie wiejskiej rodziny wielopokoleniowej aspekt psychoprzestrzenny środowiska lokalnego jest o tyle ważny, że wzory zachowań kulturalnych, formy uczestnictwa w kulturze, motywy tego uczestnictwa

<sup>59</sup> T. Pilch, D. Lalak (red.), *Elementarne pojęcia pedagogiki społecznej i pracy socjalnej*, dz. cyt.

<sup>60</sup> T. Pilch, I. Lepalczyk (red.), *Pedagogika społeczna...*, dz. cyt.

<sup>61</sup> I. Lepalczyk, E. Marynowicz-Hetka, *Wzmacnianie sił społecznych środowiska lokalnego*, (w:) A. Radziejewicz-Winnicki (red.), *Pedagogica Societatis. Przedmiot, zadania a współczesność*, Katowice 1985, s. 40.

<sup>62</sup> M. Winiarski, *Współdziałanie szkoły i środowiska – aspekt socjopedagogiczny*, Warszawa 1992, s. 17.

<sup>63</sup> T. Pilch, I. Lepalczyk (red.), *Pedagogika społeczna...*, dz. cyt., s. 156.

w dużej mierze są określane odległymi tradycjami, zwyczajami pielęgnowanymi w rodzinach wiejskich oraz ich środowisku lokalnym.

W konsekwencji procesów globalizacji, swoistej eksplozji mediów elektronicznych, rodzimych procesów transformacyjnych oraz zjawisk ponowoczesności, kategoria środowiska lokalnego wymaga obecnie redefinicji. Poddano krytyce pojmowanie wspólnoty terytorialnej, opartej na silnych związkach wynikających z izomorficznego charakteru relacji zachodzących między ludźmi, ich tożsamością, cechami systemu kulturowego, w którym są zanurzeni. Współczesne rozumienie lokalności zmierzać powinno do jej ujmowania w ścisłych relacjach jednostka – wspólnota. Każdy człowiek ma tożsamość społeczną, która wyraża się w przynależności do określonej wspólnoty, do uczestnictwa w jej życiu. We wspólnocie przebiega rozwój człowieka. Można przyjąć, że wspólnota określa cały byt jednostki<sup>64</sup>.

Środowisko lokalne, zarówno w jego klasycznym, terytorialno-zbiorowościowym rozumieniu, jak i w wymiarze psychoprzestrzennym małej ojczyzny, nie jest wolne od globalnych, zwłaszcza gospodarczych i ekonomicznych oddziaływań współczesnego świata<sup>65</sup>, ale również od iluzorycznej oferty<sup>66</sup> „prawdziwego świata” kreowanego przez kulturę audiowizualną. Przyjmując, że środowisko przyrodniczo-społeczno-kulturowe człowieka stanowi pewien system, **rodzinę wielopokoleniową można interpretować jako element tego systemu**. Aby poznać i zrozumieć człowieka, jego funkcjonowanie w rodzinie, w środowisku, należy ująć jego rozwój w wymiarze „ekologicznym”<sup>67</sup>. Należy więc uwzględnić interakcje zachodzące między cechami indywidualnymi podmiotu a jego otoczeniem.

W literaturze przedmiotu wyodrębnia się trzy orientacje dotyczące relacji podmiot – środowisko: naturalistyczną, pozytywistyczną oraz humanistyczną. W prezentowanym w pracy ujęciu humanistycznym (ściśle nawiązującym do psychologii i socjologii humanistycznej)<sup>68</sup>, zależnościom podmiot – środowisko przypisuje się charakter dwukierunkowy, przyjmujący postać interakcji społecznej<sup>69</sup>. W nurcie tym

<sup>64</sup> W. Rakowski (red.), *Warunki życia wybranych społeczności lokalnych na początku XXI wieku*, Warszawa 2005; K. Górny, *Antropologiczno-socjologiczne studium społeczności lokalnych w okresie transformacji*, Wrocław 2003.

<sup>65</sup> W. Theiss, *Mała ojczyzna. Kultura, edukacja, rozwój lokalny*, Warszawa 2001, s. 16.

<sup>66</sup> M.in. W. Godzic, *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Kraków 1996.

<sup>67</sup> A. Brzezińska, *Społeczna psychologia rozwoju*, Warszawa 2000, s. 187–188.

<sup>68</sup> A. Kargulowa, *Kilka uwag na temat przesłanek metodologicznych pedagogiki społecznej*, „Forum Oświatowe” 1995, nr 1–2.

<sup>69</sup> M.in. H. Radlińska, *Pedagogika społeczna*, dz. cyt.; A. Kamiński, *Środowisko wychowawcze – kłopoty definicyjne*, (w:) A. Kamiński, *Studia i szkice pedagogiczne*, Warszawa 1978; A. Przeclawska, W. Theiss, *Pedagogika społeczna: nowe zadania i szanse*, (w:) A. Przeclawska (red.), *Pedagogika społeczna. Kręgi poszukiwań*, Warszawa 1996; M. Winiarski, *Współdziałanie szkoły i środowiska – aspekt socjopedagogiczny*, dz. cyt., s. 17; także I. Lepalczyk, E. Marynowicz-Hetka, *Wzmacnianie sił społecznych środowiska lokalnego*, (w:) A. Radziejewicz-Winnicki (red.), *Pedagogica Societatis. Przedmiot, zadania, a współczesność*, dz. cyt.; A. Kamiński, *Funkcje pedagogiki społecznej. Praca socjalna i kulturalna*, Warszawa 1982; T. Pilch, I. Lepalczyk (red.), *Pedagogika społeczna...*, dz. cyt.; J. Szmagałski, *Przewodzenie małym grupom. Działanie grupowe*, Warszawa 1998.

mieści się **teoria ekologii humanistycznej Uriego Bronfenbrennera**<sup>70</sup>. Zgodnie z jej założeniami środowisko traktuje się jako system, ogół warunków materialnych i niematerialnych, wiele wzajemnie powiązanych warstw, z których najbliższe wywierają na jednostkę bezpośredni wpływ, dalsze natomiast oddziałują pośrednio. Jest to koncepcja całościowa, dynamiczna, podmiotowa, dostrzegająca istotną rolę wzajemnych związków oraz aktywności człowieka w tworzeniu otaczającego go świata<sup>71</sup>. Teoria ta łączy cechy modeli środowiskowych i poznawczych. Ukazuje wzajemne powiązania między jednostką a poszczególnymi warstwami składającymi się na jej środowisko<sup>72</sup>. Środowisko traktowane jako system zawiera w sobie następujące podsystemy: mikrosystem, mezosystem, egzosystem, makrosystem. Przedstawię cztery wymienione podsystemy, odnosząc je do realiów funkcjonowania wielopokoleniowej rodziny wiejskiej w kontekście jej uczestnictwa w kulturze audiowizualnej.

**Mikrosystem** to część środowiska, na które składają się realia psychospołeczne, w których człowiek przebywa, których doświadcza, które decydują o kształcie codzienności, na które ma większy lub mniejszy wpływ. W obszarze mikrosystemu mieści się więc najbliższe środowisko życia, dom rodzinny, grupa rówieśnicza, grupa sąsiedzka, szkoła. Można tu również zaliczyć czynniki indywidualno-podmiotowe jednostki takie, jak pokoleniowość, wiek, płeć, oraz czynniki społeczne, które to będą warunkować obraz uczestnictwa jednostki w kulturze audiowizualnej. Do czynników społecznych można zatem zaliczyć status społeczno-zawodowy poszczególnych osób z rodzin wiejskich, ich stosunek do pracy zawodowej, rodzaj i rytm wykonywanej pracy zawodowej, warunki materialno-mieszkaniowe oraz obowiązki wynikające z pełnionych ról społecznych. **Mezosystem** wskazuje na relacje, które zachodzą między elementami mikrosystemu. Im relacje są silniejsze, tym mezosystem ma większy wpływ na rozwój człowieka, i odwrotnie – im są one uboższe, tym mezosystem jest słabszy (jakość relacji wewnątrzrodzinnych, atmosfera rodzinna). **Egzosystem** tworzą zewnętrzne struktury i sytuacje społeczne, często destrukcyjnie oddziałujące na życie i rozwój dziecka oraz prowadzące do powstania „zwiększonego pola ryzyka”, a więc szczególnie niekorzystnych warunków życia, rozwoju i edukacji człowieka. Zaliczyć więc tu można dominację mediów w życiu codziennym (ciągłe, nieracjonalne, niekontrolowane korzystanie z mediów elektronicznych), dysfunkcjonalność rodziny, trudne warunki materialne, dezintegrację rodziny w sferze kontaktów interpersonalnych, interakcji między członkami

<sup>70</sup> U. Bronfenbrenner, *Ekologische Socialisationsforschung*, Stuttgart 1976, za: W. Theiss, *Trudności i zagrożenia w funkcjonowaniu środowisk wychowawczych współczesnej Polski*, (w:) K. Franczak, J. Niewęglowski (red.), *Wychowanie wobec zachodzących przemian*, Warszawa 1995.

<sup>71</sup> W. Theiss, *Trudności i zagrożenia w funkcjonowaniu środowisk wychowawczych współczesnej Polski*, (w:) K. Franczak, J. Niewęglowski (red.), *Wychowanie wobec zachodzących przemian*, dz. cyt.

<sup>72</sup> W. Theiss, *Wychowanie wobec zachodzących przemian*, Warszawa 1995.

rodziny (dziećmi, rodzicami oraz dziadkami), dezorganizację strukturalną spowodowaną rozpadem rodziny, występujące w rodzinie zjawiska dewiacyjne. Przez **makrosystem** rozumieć należy wpływy ideologiczne, gospodarcze, kulturowe<sup>73</sup>, które mogą wspomagać mikrosystem lub też utrudniać, uniemożliwiać rozwój człowieka w mikrosystemie. Zaliczyć tu można obecność (lub jej brak) sieci instytucji kulturalnych środowiska lokalnego wiejskiego (gminny ośrodek kultury, świetlica szkolna, biblioteka), obecność (lub jej brak) takich placówek, jak muzeum, filharmonia, kino, teatr, poziom wykształcenia, poziom wyposażenia gospodarstwa domowego w dobra kultury (np. domowe zasoby biblioteczne, sprzęt i urządzenia służące recepcji i odtwarzaniu treści kulturalnych, media elektroniczne), zasoby czasu wolnego przeznaczanego na aktywność kulturalną, tradycje edukacyjne oraz kulturalne środowiska rodzinnego i lokalnego (bądź ich brak).

W poszczególnych warstwach środowiskowych tkwią uwarunkowania wpływające na zakres, częstotliwość korzystania z mediów elektronicznych przez poszczególne generacje wielopokoleniowych rodzin wiejskich, rodzaj korzyści, jakie czerpią z odbieranych przekazów medialnych, preferencji określonych mediów czy preferencji tematycznych. Z tego też względu przyjęcie tej teorii jako teoretycznej podstawy badań środowiska życia wielopokoleniowej rodziny wiejskiej pozwoli mi na ustalenie istotnych czynników warunkujących obraz uczestnictwa badanych generacji w kulturze audiowizualnej. Teoria ta pozwoli mi również na ustalenie wzajemnie ze sobą powiązanych warunków materialnych i niematerialnych, które wywierają bezpośredni lub pośredni wpływ na funkcjonowanie poszczególnych pokoleń w środowisku, zakres i częstotliwość ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej oraz korzyści czerpane z użytkowania mediów elektronicznych.

### 1.3. Środowisko medialne jako nowy obszar funkcjonowania wielopokoleniowej rodziny wiejskiej – szanse i zagrożenia

Funkcjonowanie rodziny jest zdeterminowane polityką społeczną oraz proro-dziną państwa, społeczno-ekonomicznymi warunkami życia, ochrony zdrowia, zatrudnienia, rent i emerytur, cen towarów i usług, dystrybucji dóbr konsumpcyjnych, a także niezbadanymi do końca w sposób naukowy (będącymi *in statu nascendi*) wpływami mediów, głównie mediów elektronicznych i multimediów.

Przełom transformacyjny w naszym kraju spowodował, że od początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku obserwuje się niekorzystne zjawiska **likwidacji wielu placówek** kultury, pozaszkolnych instytucji wychowawczych, instytucji

<sup>73</sup> J. Izdebska, *Dziecko w rodzinie u progu XXI wieku. Niepokoje i nadzieje*, Białystok 2000, s. 26–27.

środowiskowych, rekreacyjnych, sportowych, opiekuńczo-wychowawczch. Społecznie naganne i niebezpieczne – pisze Tadeusz Pilch – jest „eliminowanie ze środowiska zamieszkania placówek rekreacyjnych i oświatowych dla dzieci i młodzieży, ograniczanie środków i komercjalizowanie wszelkiej działalności kulturalnej, miłośniczej, likwidowanie ośrodków sportu, rekreacji, placówek oświaty dorosłych itp.”<sup>74</sup> Skutkiem tej niekorzystnej sytuacji są ograniczone możliwości uczestnictwa mieszkańców wsi w kulturze. Dojazd do miejskich instytucji kultury, przy korzystaniu z publicznego transportu jest uciążliwy i wymaga dużej ilości czasu. Jeśli brak jest w ogóle placówki kulturalnej w miejscu zamieszkania, cała zbiorowość uważa się za „zwolnioną” niejako z pozadomowego, zbiorowego uczestnictwa w kulturze<sup>75</sup>.

Rozwinięte i powszechne kontakty rodzin wiejskich z miastem wytworzyły zurbanizowany wzór jej życia. Sposoby zachowania się poszczególnych członków rodziny oraz stosunki wewnątrzrodzinne w coraz mniejszym stopniu zależą od lokalnych norm i obyczajów, a coraz częściej od sytuacji indywidualnej. Nie bez znaczenia pozostaje tu wpływ mediów elektronicznych oraz multimediiów.

Współcześnie to właśnie media w coraz większym stopniu warunkują i tworzą nowe środowisko wychowawcze człowieka – **środowisko medialne**. Dynamiczny postęp naukowo-techniczny zmienia w sposób wyraźny pozycję społeczną, edukacyjną, wychowawczą, kulturalną człowieka, determinując tym samym rzeczywistość społeczną, w której funkcjonuje. Na skutek niepowstrzymanej ekspansji mediów elektronicznych oraz multimediiów (w szczególności telewizji, komputera oraz Internetu) zmienia się, poszerza codzienna przestrzeń życia człowieka, obszar i rodzaj podejmowanych interakcji społecznych, niestety w znacznej mierze o charakterze pośrednim. Słusznie więc zauważa Anna Przećławska, że współczesne środowisko życia człowieka tworzy nie tylko to, co dzieje się w jego bezpośrednim otoczeniu, ale również to, co dociera do niego dzięki przekazowi pośredniemu, za pomocą mediów elektronicznych<sup>76</sup>. Wynika stąd, że poznawanie otaczającej rzeczywistości odbywa się z jednej strony dzięki aktywnemu działaniu w środowisku, z drugiej zaś dzięki aktywności jednostki związanej z korzystaniem z mediów.

Media elektroniczne stanowią obecnie stały element życia rodzinnego przez sam fakt ich istnienia w rodzinie i permanentnego, niemalże codziennego korzystania z nich przez członków rodziny<sup>77</sup>. Jak twierdził kanadyjski teoretyk komunikacji

<sup>74</sup> T. Pilch, *Środowisko lokalne – struktura, funkcje, przemiany*, (w:) T. Pilch, I. Lepalczyk, *Pedagogika społeczna...*, dz. cyt.

<sup>75</sup> L. Adamczuk, T. Kurpiowska (red.), *Kultura i życie codzienne Polaków*, Warszawa 1991; P. Zaborny, *Stan infrastruktury kulturowej*, (w:) *Warunki i cele rozwoju kultury w Polsce Ludowej*, Warszawa 1991.

<sup>76</sup> A. Przećławska (red.), *Pedagogika społeczna. Kręgi poszukiwań*, Warszawa 1996; A. Przećławska, W. Theiss (red.), *Pedagogika społeczna. Pytania o XXI wiek*, Warszawa 1999.

<sup>77</sup> J. Izdebska, *Rodzina, dziecko, telewizja. Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, Białystok 1996.



Marshall McLuhan, środki techniczne dzięki specyficznym właściwościom kształtują człowieka, narzucają sposób postrzegania świata (*medium is a message*)<sup>78</sup>. „Stwarzają one nową możliwość poznawania i przeżywania w tym samym czasie różnych wydarzeń przez ogromne rzesze ludzi, wywołując w nich jednocześnie świadomość uczestnictwa w tych wydarzeniach”<sup>79</sup>.

Media i multimedia tworzą konkurencyjne dla tradycyjnych, nowe środowisko edukacyjno-wychowawcze. Ich wpływ na odbiorcę jest tym bardziej istotny, że oprócz silnego oddziaływania ze względu na swoją atrakcyjną formę przekazu komunikacyjnego, w szczególny sposób kształtują także wzorzec edukacyjno-wychowawczy<sup>80</sup>. Innymi słowy media XXI wieku przestały być wyłącznie „nośnikiem informacji” – są zaangażowane w konstruowanie współczesnych tożsamości. Odgrywają one w życiu człowieka istotną rolę w budowaniu jego wiedzy o otaczającym świecie, jak i rozumieniu zjawisk, procesów w nim zachodzących. Przez swój różnorodny i bogaty wpływ media oddziałują na życie jednostki, osadzając ją w ciągle zmieniających się realiach<sup>81</sup>. Nie dziwi więc fakt krystalizowania się poglądu, że komputerowe media elektroniczne stały się integralną częścią życia społecznego, kultury, środowiska człowieka.

Najbardziej charakterystyczną cechą współczesnej kultury stała się wizualizacja. **Audiowizualność** jest dziś dla człowieka podstawową orientacją o świecie, ludziach, środowisku<sup>82</sup>. Kultura wizualna, zdominowana przez obraz, kształtuje nowe oblicze uczestnictwa i inny sposób recepcji niż w kulturze słowa. Obecnie więc podstawową płaszczyzną spontanicznych kontaktów z kulturą stanowi przekaz pośredni. Postępująca zaś audiowizualizacja współczesności zmienia środowisko życia człowieka, tworząc nową przestrzeń edukacyjną, a współczesne media są czymś więcej niż tylko nośnikami komunikacji, są narzędziami, jakimi dysponuje jednostka w poznawaniu rzeczywistości<sup>83</sup>.

<sup>78</sup> M. McLuhan, *Understanding Media*, New York 1964.

<sup>79</sup> J. Izdebska (red.), *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym. Wybrane zagadnienia i źródła z pedagogiki społecznej*, Białystok 2003, s. 320.

<sup>80</sup> M. Furmanek, *Media i multimedia jako środowisko edukacyjno-wychowawcze dziecka*, (w:) J. Izdebska, T. Sosnowski (red.), *Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa*, t. 2, *Komputer i Internet w życiu dziecka i obraz jego dzieciństwa*, Białystok 2005, s. 18.

<sup>81</sup> M. Lisowska-Magdziarz, *Wyzwania i dylematy pedagogiki medialnej*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Wyzwania pedagogiki medialnej. Nowe perspektywy XXI wieku*, Olsztyn 2001.

<sup>82</sup> J. Izdebska (red.), *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym. Wybrane zagadnienia i źródła z pedagogiki społecznej*, dz. cyt.

<sup>83</sup> W. Jakubowski, *Edukacja i kultura popularna*, Kraków 2001.

Schemat 2. Środowisko medialne wielopokoleniowej rodziny wiejskiej



Źródło: opracowanie własne

Współczesne gospodarstwa domowe są wyposażone w nowoczesny sprzęt medialny i multimedialny: telewizję cyfrową, cyfrowe radio, odtwarzacze MP3/MP4, odtwarzacze DVD, Blue-Ray, komputer, Internet, telefon komórkowy. Obecność w życiu człowieka takiej ilości środków elektronicznych powoduje, że funkcjonuje on w środowisku stechnicyzowanym. Kontakt dziecka z telewizją i innymi elektronicznymi mediami rozpoczyna się niemalże od początku jego życia i ma charakter permanentny, a z biegiem lat coraz dłuższy<sup>84</sup>. Inicjacja kulturalna, jak zauważa Anna Przećławska, dokonuje się nie przez kolorową książeczkę, czy opowiadanie dzieciom bajki, ale przez reklamę telewizyjną<sup>85</sup>. Coraz częściej przestrzeń życia dziecka oraz młodzieży wypełnia komputer oraz Internet<sup>86</sup>. Media te zaczynają zajmować ważną pozycję w ich życiu, a kontakt z nimi staje się dla wielu codziennym i dominującym zajęciem. Korzystają one głównie z gier komputerowych, słuchają muzyki, uczą się obsługi programów użytkowych, nawiązywania kontaktów przez Internet.

Codzienna obecność mediów elektronicznych w życiu człowieka, zakres, częstotliwość oraz charakter korzystania z mediów, a także relacje, jakie zachodzą między mediami i ich użytkownikami, oraz skutki tych relacji, osadzają funkcjonowanie człowieka w nowej przestrzeni – przestrzeni medialnej, informacyjnej, która jest

<sup>84</sup> J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych – relacje o charakterze pośrednim*, (w:) J. Izdebska (red.), *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym. Wybrane zagadnienia i źródła z pedagogiki społecznej*, dz. cyt.

<sup>85</sup> A. Przećławska, *Przeźródlenie życia człowieka – między perspektywą mikro i makro*, (w:) A. Przećławska, W. Theiss (red.), *Pedagogika społeczna. Pytania o XXI wiek*, dz. cyt.; A. Kołodziejczyk, *Kiedy dziecko rozpoczyna edukację medialną?*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.

<sup>86</sup> S. Pogorzelska, *Telewizyjno-internetowy domocentryzm w uczestnictwie młodzieży z kulturze – refleksje pedagogiczne*, „Zeszyty Naukowe WSSM” 2005, nr 12; S. Juszczak, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*, Katowice 2000; M. Sokołowski (red.), *Media wobec kulturowych przemian współczesności*, Olsztyn 2003; A. Przećławska (red.), *Nastolatki i kultura w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych*, Warszawa 2000; S. M. Kwiatkowski, *Gry komputerowe – wzory zachowań prowadzące do sukcesu*, (w:) J. Izdebska, T. Sosnowski (red.), *Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa*, t. 2, *Komputer i Internet w życiu dziecka i obraz jego dzieciństwa*, Białystok 2005; W. Osmańska-Furmanek, *Komputer jako medium w procesie edukacji całościowej*, (w:) S. Juszczak (red.), *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, Toruń 2002.

swoistym przedłużeniem przestrzeni fizycznej<sup>87</sup>. Stwierdzić też należy, że staje się ona dominującą przestrzenią rozwoju człowieka oraz podstawowym ogniwem środowiska, w którym on żyje. Nowe media, nowe technologie multimedialne, korzystanie z nich, „przebywanie” w świecie mediów prowadzą do nowej jakości życia<sup>88</sup>. Mediatyzacja życia rodzinnego dotycząca fizycznego, intelektualnego i emocjonalnego rozwoju dziecka, a także wychowawczego funkcjonowania całej rodziny, może tworzyć warunki sprzyjające rozwojowi i edukacji, ale również zagrażać, utrudniać przebieg i rezultaty tego procesu, wywołując ujemne zmiany o charakterze destrukcyjnym w różnych sferach osobowości i życia jednostki.

Zarówno w obliczu warunków sprzyjających rozwojowi i edukacji, jak i w kontekście zagrożeń, jakie niesie ze sobą mediatyzacja środowiska wychowawczego, nieoceniona jest rola rodziny. Doniosłość wewnątrzrodzinnych oddziaływań w kontekście wzmacniania szans rozwoju oraz niwelowania pojawiających się niekorzystnych zagrożeń w sposób czytelny ukazać można, odwołując się do **paradygmatu strukturalnego funkcjonalizmu**<sup>89</sup>. Paradygmat ten wskazuje na regulacyjną rolę rodziny w określaniu zakresu podległości mediów różnym układom społecznym (w tym rodziny)<sup>90</sup>. Stanowisko to sprowadza się do generalnych założeń, w świetle których społeczeństwo można ujmować jako system wzajemnie powiązanych części, tworzących organizację współzależnych, powtarzalnych i podległych modelowaniu działań. Zgodnie z założeniami tego stanowiska, zarówno rodzina, jak i media mogą być interpretowane jako elementy (podsystemy) systemu społecznego. Tak pojmowane społeczeństwo z natury dąży do stanu dynamicznej równowagi. W przypadku więc wystąpienia dysharmonii (np. pojawiających się niekorzystnych zagrożeń na skutek mediatyzacji życia rodzinnego) pojawiają się siły zmierzające do przywrócenia równowagi.

Przyjmując (w świetle założeń tego paradygmatu), że media jako jeden z elementów systemu społecznego są mniej lub bardziej zdeterminowane przez jego strukturę, ich funkcjonowanie należy rozpatrywać pod kątem oddziaływań umacniających (funkcji) bądź osłabiających (dysfunkcji) tenże system<sup>91</sup>. Chodzi tu więc o wspomaganie rozwoju dziecka przez jego środowisko rodzinne. Pomoc ze strony rodziców oraz dziadków służyć ma budowaniu osobowości przez dziecko oraz kreowaniu jego

<sup>87</sup> A. Przeclawska, *Przeźrenie życia człowieka, między perspektywą mikro a makro*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 1998, nr 1; D. de Kereckhove, *Powłoka kultury. Oddziaływanie nowej elektronicznej rzeczywistości*, Warszawa 1996.

<sup>88</sup> J. Izdebska, *Rola mass mediów w kształtowaniu przez dziecko obrazu świata*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 2000.

<sup>89</sup> Zapoczątkowany w badaniach antropologicznych Bronisława Malinowskiego i Alfreda Radcliffe-Browna w latach dwudziestych XX wieku, ukształtowany m.in. przez Augusta Comte’a, Emila Durkheim, rozwijany przez Roberta K. Mertona, Talcotta Parsonsa.

<sup>90</sup> M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem – człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991.

<sup>91</sup> Tamże, s. 126.



właściwych relacji związanych z zakresem, częstotliwością, charakterem korzystania z mediów. Stanowi to funkcjonalny wymóg „warunkujący zaspokajanie krytycznych potrzeb systemu, bez których nie mógłby on przetrwać”<sup>92</sup>. Zadaniem zaś analiz empirycznych w tym zakresie jest zbudowanie modeli działań funkcjonalnych, ułatwiających adaptację do istniejących warunków.

### 1.3.1. Problem cyfrowego wykluczenia i dystansu międzypokoleniowego

Uwzględniając przeobrażenia związane z rozwojem oraz upowszechnianiem się komputerów, Internetu i technologii mobilnych, stwierdzić można, że znajdujemy się obecnie u progu kolejnej zmiany cywilizacyjnej. Współczesne społeczeństwa konsekwentnie zmierzają w kierunku społeczeństwa informacyjnego, którego obraz nabiera coraz bardziej realnych kształtów zarówno na poziomie międzynarodowym, jak też krajowym i lokalnym. Głównych tego predyktorów upatruje się w zmianach zachodzących w sferze społecznego komunikowania się – począwszy od języka, przez pismo, druk, środki masowej komunikacji do komputerów, Internetu, technologii mobilnych oraz w przemianach natury epistemologicznej (dotyczących płaszczyzn religii, nauki, ideologii, technologii, informatyki)<sup>93</sup>.

Nowe technologie oddziałują na psychikę jednostek, ich relacje społeczne, ale również w coraz większym stopniu zmieniają gospodarkę, rynek pracy, funkcjonowanie instytucji państwowych (w tym placówek kulturalnych). Przeobrażenia te stały się platformą zmiany charakteru społeczeństw przełomu wieków. Rozwój i upowszechnienie nowych technologii i zmiany, jakie z tego wynikają, niosą ze sobą zarówno pozytywne konsekwencje, jak i pewne zagrożenia<sup>94</sup>. Podstawowym zagrożeniem związanym z powstawaniem społeczeństwa informacyjnego jest problem **cyfrowego wykluczenia**<sup>95</sup>. Jak stwierdzają autorzy Raportu UNDP<sup>96</sup>, „należy je [cyfrowe wykluczenie – K.C.] rozumieć dwojako. Po pierwsze, jako rzeczywiste wykluczenie polskiego społeczeństwa ze wspólnoty społeczeństw najbardziej rozwiniętych, tworzących globalne społeczeństwo informacyjne. Po drugie, jako podział polskiego

<sup>92</sup> M.L. DeFleur, S. Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication*, New York 1982, s. 16.

<sup>93</sup> B. Pawlica, E. Widawska, *Homo on-line – nomad XXI wieku*, „Edukacja i Dialog” 2001, nr 4.

<sup>94</sup> P. DiMaggio, E. Hargittai, W.R. Neuman, J.P. Robinson, *Social implications of the Internet*, „Annual Review of Sociology” 2001, nr 27.

<sup>95</sup> Por. D. Batorski, *Ku społeczeństwu informacyjnemu*, (w:) J. Czapiński (red.), *Diagnoza społeczna 2003. Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa 2003; (problem ten dotyczy również takich państw jak Stany Zjednoczone, Kanada czy Australia).

<sup>96</sup> Raport UNDP Polska – Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (ONZ), *Polska w drodze do globalnego społeczeństwa informacyjnego. Raport o rozwoju społecznym*, Warszawa 2002.

społeczeństwa na dwie części – jedną uczestniczącą w globalnym społeczeństwie informacyjnym, a drugą wykluczoną z niego<sup>97</sup>. W drugim znaczeniu „cyfrowym wykluczeniem” (pozbawieniem korzyści płynących z rozwoju technologii) szczególnie są zagrożone grupy emerytów, osoby bierne zawodowo i bezrobotni, osoby mieszkające w małych miasteczkach i na wsiach<sup>98</sup>.

Z wielu przeprowadzanych analiz<sup>99</sup> wynika, że to jednak nie kwestie techniczne, lecz społeczne decydować będą o wymiarze globalnego społeczeństwa informacyjnego. Jak twierdzi Manuel Castells<sup>100</sup>, sam dostęp do sieci nie rozwiązuje problemu, ale jest warunkiem koniecznym do przewyższania nierówności w społeczeństwach. A zatem to nie rozmiar infrastruktury telekomunikacyjnej, osiągany produkt krajowy brutto, dostęp do nowych technologii medialnych, lecz umiejętność korzystania oraz konsekwencje używania mediów elektronicznych i multimediiów stanowić będą o cyfrowym wykluczeniu<sup>101</sup>.

W zachodniej literaturze przedmiotu wymienia się pięć wymiarów cyfrowego podziału<sup>102</sup>. Obejmują one:

- środki techniczne (oprogramowanie, sprzęt komputerowy, jakość spójności);
- autonomia użycia (miejsce dostępu, swobodna aktywność w korzystaniu z medium);
- wzory korzystania (modele używania Internetu);
- sieci wsparcia społecznego (pomoc w korzystaniu z mediów innym ludziom, udostępnianie mediów elektronicznych, wielkość sieci pobudzającej do używania mediów elektronicznych);
- umiejętność (zdolność skutecznego używania mediów elektronicznych).

Cyfrowy podział jest zatem swego rodzaju luką, która istnieje między tymi, którzy posiadają informację (*information-rich*) i tymi, którzy są jej pozbawieni (*information-poor*)<sup>103</sup>. Korelatów wspomnianej luki upatruje się w takich kategoriach,

<sup>97</sup> D. Batorski, *Ku społeczeństwu informacyjnemu*, (w:) J. Czapiński (red.), *Diagnoza społeczna 2003. Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa 2003.

<sup>98</sup> D. Batorski, *Cyfrowy podział w Polsce: nowe technologie a szanse życiowe i wykluczenie społeczne*, (w:) D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu*, Warszawa 2006.

<sup>99</sup> M.in. prace: M. Nowina-Konopka, *Istota i rozwój społeczeństwa informacyjnego*, (w:) T. Białobłocki, J. Moroz, M. Nowina-Konopka, L. Zacher, *Społeczność informacyjna – istota, rozwój, wyzwania*, Warszawa 2006; L. Porębski, *Rewolucja informacyjna jako źródło nowych podziałów społecznych*, (w:) R. Borkowski (red.), *Globalopolis. Kosmiczna wioska. Szanse i zagrożenia*, Warszawa 2003.

<sup>100</sup> M. Castells, *Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*, New York 2001.

<sup>101</sup> D. Batorski, *Cyfrowy podział w Polsce: nowe technologie a szanse życiowe i wykluczenie społeczne*, (w:) D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Społeczna przestrzeń Internetu*, dz. cyt., s. 318.

<sup>102</sup> P. DiMaggio, E. Hargittai, *From the „digital divide” to „digital inequality”: Studying Internet use as penetration increases*, Princeton University Center for Arts and Cultural Policy Studies, „Working Paper Series” 2001, nr 15.

<sup>103</sup> F. F. Tien, Tsu-Tan Fu, *The correlates of digital divide and their impact on college student learning*, „Computers & Education”, nr 50/2008, s. 421–436.

jak wiek, pochodzenie, wykształcenie, przynależność etniczna, stan cywilny, miejsce zamieszkania, płeć<sup>104</sup>. Podobnie uważa również Eszter Hargittai, Amerykanka pochodzenia węgierskiego, socjolog, zajmująca się problematyką **cyfrowego podziału**<sup>105</sup> (*digital divide*) i **cyfrowej nierówności**<sup>106</sup> (*digital inequality*). Zauważa ona jednak, że obecnie o cyfrowym podziale nie decydują wyłącznie wymienione wcześniej kategorie. Ważne jest nie tylko to, kto korzysta z mediów elektronicznych, ale również poziom jego wiedzy ogólnej i technicznej oraz umiejętności praktyczne pozwalające skutecznie, sprawnie korzystać ze źródeł informacji, jakim są media elektroniczne<sup>107</sup>.

W kontekście digitalizacji świata i obrazów, za pomocą których jest on przedstawiany, parcelacja zauważona i określona przez Margaret Mead jako **dystans międzypokoleniowy**<sup>108</sup> nabiera niebezpiecznej dynamiki. Zdaniem Mead społeczeństwa najbardziej zaawansowane, zmierzające w kierunku społeczeństwa informacyjnego, wchodzi w etap kultury prefiguratywnej<sup>109</sup>. Zmiany w kulturach prefiguratywnych zachodzą tak gwałtownie, że atrybuty starszej generacji – doświadczenie, wiedza, mądrość – dawniej świadczące o jej wyższości i wartości, tracą na znaczeniu, gdyż wiedza bardzo szybko ulega dewaluacji. Paradoksalnie można stwierdzić, że następuje odwrócenie tradycyjnych zasad wychowania i socjalizacji: to młodzież uczy dorosłych, np. umiejętności instrumentalnej obsługi, korzystania z mediów elektronicznych.

Jak zauważa Tomasz Goban-Klas<sup>110</sup>, media elektroniczne są konstruowane przez ludzi młodych i do nich są adresowane. Nadawanie zatem oraz odbieranie przekazów medialnych wymaga znajomości kodu, specyficznego języka – dynamicznego,

<sup>104</sup> G. Natriello, *Bridging the second digital divide: What can sociologists of education contribute?*, „Sociology of Education”, 74 (3), 2001, s. 260–265; L. J. Servon, *Bridging the digital divide: Technology, community, and public policy*, Blackwell, 2002.

<sup>105</sup> E. Hargittai, *The digital divide and what to do about it*, 2003; <http://www.eszter.com/papers/c04-digitaldivide.html>; M. Szpunar, *Cyfrowy podział – nowa forma stratyfikacji społecznych*, (w:) J. Kleban, W. Wiczerzycki (red.), *Era społeczeństwa informacyjnego. Wyzwania, szanse, zagrożenia*, materiały konferencyjne, Poznań 2005.

<sup>106</sup> Terminu „digital inequality” po raz pierwszy Eszter Hargittai użyła w pracy: P. DiMaggio, E. Hargittai, *From the „digital divide” to „digital inequality”: Studying Internet use as penetration increases*, Princeton University Center for Arts and Cultural Policy Studies, „Working Paper Series” 2001, nr 15; w późniejszych pracach opisując kategorię *inequality*, wprowadza termin „second level digital divide” (podział cyfrowy drugiego stopnia), patrz: E. Hargittai, *Second-Level Digital Divide: Differences in People’s Online Skills*, „First Monday”, t. 7, 4/2002.

<sup>107</sup> E. Hargittai, *Second-Level Digital Divide: Differences in People’s Online Skills*, „First Monday”, t. 7, 4/2002; [http://firstmonday.org/issues/issue7\\_4/hargittai/index.html](http://firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai/index.html); P. DiMaggio, E. Hargittai, W. R. Neuman, J. P. Robinson, *Social implications of the Internet*, „Annual Reviews Sociology” 2001, nr 27.

<sup>108</sup> M. Mead, *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, Warszawa 2000.

<sup>109</sup> A. Siciński, *Spółeczeństwo informacyjne – próba nazwania naszych czasów*, (w:) J. Lubasz (red.), *W drodze do społeczeństwa informacyjnego*, Warszawa 1999; W. Jakubowski, *Edukacja i kultura popularna*, dz. cyt.

<sup>110</sup> T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz (red.), *Spółeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999.

kolorowego, wielowątkowego, zrozumiałego dla człowieka ukształtowanego w świecie obrazów. Dla pokolenia rodziców oraz dziadków, wychowanych w kulturze słowa, ten kod często bywa niezrozumiały. Stwierdzić można więc, że ludzie młodzi budują własny świat obok świata ludzi dorosłych.

Dostęp do nowych technologii jest nadal dość zróżnicowany (np. ze względu na miejsce zamieszkania czy pokoleniowość), co wskazuje na zjawisko podziału cyfrowego na poziomie makro i mikrospołecznym. Zmienia się jednak charakter korzystania z takich mediów elektronicznych, jak komputer i Internet. Nowe media zaczynają mieć istotne znaczenie w komunikowaniu, rozrywce, zdobywaniu informacji. Z tego też względu różne działania mające na celu wyrównywanie dostępu do globalnej sieci są niezwykle ważne. Wiele projektów tego typu jest proponowanych i realizowanych przez Komisję Europejską z siedzibą w Brukseli. Mają one charakter projektów lokalnych, a często również międzynarodowych<sup>111</sup>.

Dużą rolę w obszarze likwidowania swoistego cyfrowego dystansu międzypokoleniowego odgrywa również odpowiednia edukacja medialna (także rodzinna) mająca na celu przygotowanie użytkowników do świadomego, sprawnego i skutecznego w sensie zdobywania informacji, korzystania z mediów elektronicznych. Można i należy podejmować wysiłek, który służyć będzie wyrabianiu zdolności umiejętnego i świadomego korzystania z mediów.

Odbiór treści medialnych ma głównie charakter odbioru rodzinno-domowego<sup>112</sup>, a zatem odpowiedzialność rodziców, dziadków za kształtowanie prawidłowych relacji dziecko–media jest ogromna. Tym większe jest również wyzwanie stojące przed **rodzinną edukacją medialną**, edukacją zmierzającą do uzyskiwania przez członków rodziny kompetencji medialnych, które można określić, z jednej strony, jako umiejętności świadomego, krytycznego odbioru przekazów medialnych, z drugiej zaś jako umiejętności sprawnego posługiwania się mediami jako narzędziami działalności intelektualnej.

Wyniki badań dotyczące wiedzy dziecka o mediach<sup>113</sup> wskazują, że zanim wkroczy ono w okres adolescencji i zostanie objęte oddziaływaniami edukacyjnymi, ma już dobrą orientację i samodzielnie zdobytą wiedzę o mediach oraz sposobach ich działania. Wyniki te sugerują, że rodzinna edukacja medialna jest permanentnym, rozpoczynającym się od najmłodszych lat życia dziecka procesem

<sup>111</sup> M.in. Projekt EAGLE European Approaches to Inter-Generational Lifelong Learning ([www.eagle-project.eu](http://www.eagle-project.eu)); Projekt IANUS European Quality Standards for Later Learning in Intergenerational, Intercultural and IT-based Settings ([www.bfi-stmk.at/IANUS](http://www.bfi-stmk.at/IANUS)); współfinansowany przez Education Audiovisual Culture Executive Agency (EACEA) Komisji Europejskiej w ramach programu Socrates – Grundtvig.

<sup>112</sup> M.in. A. Kumor, *W stronę telewizza*, Wrocław 1988; J. Izdebska, *Rodzina, dziecko, telewizja. Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, Białystok 1996.

<sup>113</sup> M.in. M. Przetacznik-Gierowska, *Nauczanie i wychowanie a rozwój jednostki*, (w:) Z. Włodarski (red.), *Psychologia wychowawcza*, Warszawa 1994.

jego przygotowywania do racjonalnego korzystania z mediów elektronicznych, realizowanym w sposób spontaniczny w naturalnych sytuacjach życia rodzinnego. Jest to proces opierający się na spontanicznym uczeniu się przez dziecko (głównie przez obserwację i zapamiętywanie) wzorów zachowań, wzorów korzystania z mediów obecnych w domu rodzinnym. Ponadto, jak zauważa Anna Kołodziejczyk<sup>114</sup>, dziecko odpowiadając sobie na podstawowe pytania na temat zasad świata mediów, praktycznie pozostaje z tym problemem samo. Uwidacznia się tu potrzeba działań intencjonalnych podejmowanych zarówno w domu, jak i w środowisku pozadomowym, zmierzających do tworzenia sytuacji wychowawczych, dzięki którym dziecko stopniowo, ale systematycznie zdobywa wspomniane już kompetencje medialne.

Bez wątpienia więc członkowie rodziny powinni stanowić ważne źródło wiedzy dla dzieci na temat mediów i sposobów korzystania z nich. Przez różne formy, metody wychowania rodzinnego, przez udzielanie odpowiednich wskazówek, pomocy w trafności oceny medialnych komunikatów czy sytuacji, jest realizowana swoista rodzinna inkulturacja medialna. Istotny jest również wpływ rodziny na konstruowanie i korygowanie powstającej życzeniowej bądź fałszywej wizji rzeczywistości. Kolejna ścieżka rodzinnej edukacji medialnej to uzupełnianie i wyjaśnianie nowych informacji zdobywanych przez media i przedstawiania ich we właściwym świetle i proporcjach oraz lokalizowanie mediów jako urządzeń codziennego użytku<sup>115</sup>.

Zarówno posługiwanie się mediami, jak i odbiór mediów wymaga odpowiedniego przygotowania<sup>116</sup>. Edukacja medialna stanowi więc wyzwanie zarówno dla systemu oświaty, nauczycieli, rodziców, dziadków, kreatorów przekazów medialnych, jak i dla odbiorców. Efekt podejmowanych wysiłków edukacyjnych ma na celu wskazanie, w jaki sposób można być podmiotem, a nie tylko przedmiotem działalności medialnej. Jest to zadanie niezmiernie trudne, ale w obliczu cywilizacji XXI wieku – konieczne. Uważam ponadto, że pokolenie dziadków w kulturze prefiguratywnej, wbrew założeniom Mead, stanowi ważny element życia kulturalnego rodziny, ponieważ dzięki posiadanemu całożyciowemu doświadczeniu (mądrości życiowej) starsza generacja czuwa nad jakością kontaktów pokolenia młodego z treściami przekazów medialnych.

<sup>114</sup> A. Kołodziejczyk, *Kiedy dziecko rozpoczyna edukację medialną?*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa Generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.

<sup>115</sup> Tamże.

<sup>116</sup> W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1998, 2000.



### 1.3.2. Międzygeneracyjna transmisja kultury

Ważnym elementem w niwelowaniu cyfrowego podziału jest mechanizm transmisji międzypokoleniowej. Przez pojęcie **transmisji międzypokoleniowej** należy rozumieć przekaz, jaki dokonuje się w rodzinie między rodzicami (w rodzinach wielopokoleniowych również dziadkami) a dziećmi/wnukami „w zakresie różnorodnych form zachowania (...) przy współudziale zarówno środowiska biologicznego (dziedziczności), jak również środowiska społecznego”<sup>117</sup>. Jak twierdzi Teresa Rostowska, tak rozumiana transmisja międzypokoleniowa odnosi się do „podobieństw, zgodności, a nawet ciągłości zachowań, nie tylko behawioralnych, jak mimika, gesty, modulacja głosu itp., ale również w zakresie licznych przejawów psychologicznych ujawniających się w sferze intelektualnej, emocjonalnej, społecznej, a więc szeroko pojętej osobowości”<sup>118</sup>. Podstawowymi mechanizmami tego procesu są naśladowanie, modelowanie oraz identyfikacja. Konstytutywna teza transmisji międzypokoleniowej zakłada, że doświadczenia związane z socjalizacją dokonującą się w rodzinie „w sposób decydujący wpływają na system wartości, powodując tym samym inne ważne następstwa”<sup>119</sup>, w tym również wymiar uczestnictwa wielopokoleniowej rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej.

Przedmiotem badań transmisji międzypokoleniowej w rodzinie, jak zaznacza Rostowska, jest całokształt różnorodnych form zachowań co najmniej dwu pokoleń. W literaturze uwzględnia się pewne obszary, w których przebiega transmisja międzypokoleniowa, stanowiące składniki jej przedmiotu. Są to: światopogląd (wiedza, ukształtowane poglądy, przeżycia emocjonalne, przekonania)<sup>120</sup>, system wartości i norm<sup>121</sup>, system celów i aspiracji (dotyczące nauki szkolnej, związane z pracą zawodową, z życiem osobistym, rodzinnym, aspiracje kulturalne, związane z uczestnictwem w życiu kulturalnym, społeczno-polityczne, związane z aktywnością w życiu politycznym)<sup>122</sup>, kategorie ról społecznych (role związane z płcią,

<sup>117</sup> T. Rostowska, *Transmisja międzypokoleniowa w rodzinie w zakresie wybranych wymiarów osobowości*, Łódź 1995, s. 10.

<sup>118</sup> Tamże, s. 10.

<sup>119</sup> Tamże, s. 15.

<sup>120</sup> M.in. B. Hornowski, *Psychologiczne podstawy kształtowania poglądu na świat dzieci i młodzieży*, Poznań 1959; L. Dyczewski, *Więź pokoleń w rodzinie*, Warszawa 1976; E. Dreyfus, *Adolescence. Theory and Experience*, Columbus 1976; J. Adelson, *The Development of Ideology in Adolescence*, (w:) S. Dragastin, G. Elder (red.), *Adolescence in the Life Cycle*, New York 1975.

<sup>121</sup> M.in. J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, Warszawa 1972; K. Grzegorzczak, *O pojęciu wartości w antropologii kulturowej*, „Studia Socjologiczne” 1971, nr 1; P. Brzozowski, *Przekazywanie wartości w rodzinie*, „Psychologia Wychowawcza” 1988, nr 2.

<sup>122</sup> M.in. T. Lewowicki, *Aspiracje dzieci i młodzieży*, Warszawa 1987; W. Łukaszewski, *Osobowość: struktura i funkcje regulacyjne*, Warszawa 1974; G. Gurnik, *Wpływ aspiracji, wzorów i tradycji rodziny na dążenia życiowe młodzieży licealnej*, „Nowa Szkoła” 1987, nr 7–8.

mażeńskie, rodzicielskie, zawodowe, współtwórcy kultury, członka rodziny)<sup>123</sup>, ramowy model uspołecznienia<sup>124</sup> oraz osobowość<sup>125</sup>. Ważnym obszarem transmisji międzypokoleniowej jest międzygeneracyjny przekaz dziedzictwa kulturowego. Nie bez znaczenia jest dorobek kulturalny rodziny oraz środowiska lokalnego wypracowany przez starsze generacje. Zwyczaje, obyczaje rodziny, zachowania i symbole stanowią te wyznaczniki, bez których rodzina byłaby tylko zbiorem osób zajmujących wspólne pomieszczenie, prowadzących wspólne gospodarstwo, wymieniających usługi, głównie nastawione na zaspokojenie podstawowych potrzeb.

W każdym okresie historycznym (również w epoce dominacji kultury audiowizualnej) rodzina w sensie bytowym warunkuje istnienie i tworzenie kultury<sup>126</sup>. Rodzina motywuje do działania, do twórczości, do działań bezinteresownych na rzecz członków rodziny, do tworzenia tego, co uogólniając nazywamy kulturą<sup>127</sup>. Zdaniem Antoniny Kłoskowskiej „dziedzictwo kulturowe, które od dziesiątków tysięcy lat zastaje każda jednostka w momencie swego narodzenia, jest tak rozległe i złożone, że indywidualny wysiłek kulturalny nie zdoła go zrównoważyć nawet w minimalnej części, drogi rozwoju kultury są tak różnorodne, że izolowany osobnik nie ma najmniejszych szans samodzielnego dotarcia do zdobyczy grupowych któregośkolwiek z historycznych społeczeństw (...). Każda jednostka musi być wprowadzona w kulturę swojego społeczeństwa, aby stać się normalnym uczestnikiem grupowego życia”<sup>128</sup>. Przekazywanie treści kulturowych dokonuje się wewnątrz grupy rodzinnej, dzięki stosunkom międzyosobowym (więziom emocjonalnym, postawom, osobom znaczącym, wartościom), ale również treści kulturowe przenikają do rodziny przez procesy przemian społecznych oraz media. Elementem w najgłębszy sposób scalającym rodzinę ze społeczeństwem jest kultura. Wielopokoleniowa rodzina wiejska, funkcjonując w określonej przestrzeni społecznej, przyjmuje podstawowe wartości, normy, wzory zachowań społeczeństwa, w którym egzystuje, przestrzega obowiązujących w nim praw i świąt, korzysta z funkcjonujących w nim instytucji. Jak twierdzi Leon Dyczewski, „rodzina stanowi podstawę ciągłości kultury społeczeństwa i gwarantuje mu trwanie”<sup>129</sup>.

<sup>123</sup> H. Muszyński, *Rozwój moralny*, Warszawa 1983.

<sup>124</sup> M.in. M. Tyszkowa, *Socjalizacyjne oddziaływania rodziny na rozwój jednostki*, „Problemy Rodziny” 1988, nr 3; J. Rostowski, *Wpływ jakości małżeńskiej rodziców na proces socjalizacji ich dzieci*, „Problemy Rodziny” 1987, nr 4; Z. Tyszka, *Socjologiczny punkt widzenia w badaniach nad rodziną*, (w:) Z. Tyszka (red.), *Metodologiczne problemy badań nad rodziną*, Poznań 1980; E. E. Maccoby, *Social Development. Psychological Growth and Parent-Child Relationship*, New York 1980.

<sup>125</sup> A. Bandura, *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Englewood Cliffs 1986.

<sup>126</sup> J. Turowski, *Rola rodziny w kształtowaniu kultury. Właściwości strukturalne rodziny i jej zagrożenia*, (w:) L. Dyczewski (red.), *Kultura dnia codziennego i świątecznego w rodzinie*, Lublin 1998.

<sup>127</sup> L. Dyczewski, D. Wadowski (red.), *Kultura dnia codziennego i świątecznego w rodzinie*, Lublin 1998, s. 13.

<sup>128</sup> A. Kłoskowska, *Kultura masowa*, Warszawa 1965, s. 28.

<sup>129</sup> L. Dyczewski, *Rodzina jako twórca i przekaziciel kultury polskiej*, (w:) J.A. Markowska (red.), *W kręgu rodziny dawniej i dziś*, Białystok 2000, s. 7.

Rodzina może również wytwarzać i pielęgnować takie wartości, normy, wzory zachowań, zasady, które są odmienne od obowiązujących w szerszym kontekście społecznym. Rodzina zatem kreuje własną, odrębną od dominującej w społeczeństwie, kulturę. Stwarza własne środowisko kulturowe, które przez określony styl życia rodzinnego, zwyczaje, tradycje rodzinne, wprowadza dziecko w świat wartości, norm moralno-społecznych, wzorów postępowania<sup>130</sup>. Przypuszczam, że pokolenie dorosłych (rodziców, dziadków) wyznacza określone miejsce mediom elektronicznym w przestrzeni życiowej ich dzieci (wnuków). Innymi słowy, generacje starsze przez swoiste cechy przypisane okresowi dorosłości, stanowią czynnik humanistyczny nadający mądry, podmiotowy, subiektywny wymiar uczestnictwa w kulturze audiowizualnej ich rodzin.

Rodzina wielopokoleniowa, w odróżnieniu od rodziny nuklearnej, przekazuje młodemu pokoleniu bogate dziedzictwo kulturowe. Jest to konsekwencją zróżnicowanego życia wewnątrzrodzinnego pod względem pozycji oraz ról, jakie zajmują i pełnią przedstawiciele poszczególnych generacji. Jak zauważa Dyczewski, liczba kontaktów wewnątrzrodzinnych oraz ich różnorodność jest wystarczająco duża, aby tworzyły one dynamiczny, wewnętrznie bogaty system pod względem treści. W przestrzeni tworzonej przez rodzinę (dom, obejście, gospodarstwo) jest zgromadzony dorobek każdego z jej członków, odpowiednio uporządkowany oraz wzajemnie przekazywany. Przekazywanie dziedzictwa kulturowego młodemu pokoleniu sprzyja kształtowaniu w nich poczucia tożsamości ze społeczeństwem, w którym żyją – społeczeństwem lokalnym, a także poczucia uczestnictwa w dominującym typie kultury – kulturze popularnej. Starsze generacje w sposób spontaniczny, dzięki „głębokiej więzi biologicznej i duchowej w codziennych kontaktach”<sup>131</sup>, wprowadzają młode pokolenie w świat znaczeń. W rodzinie zatem tworzenie i przekazywanie znaczeń symbolicznych jest pełniejsze i głębsze niż w innych grupach kulturotwórczych. Zdaniem Dyczewskiego większy zasób znaczeń zdobywany w rodzinie warunkuje lepsze zrozumienie, przeżywanie oraz wzbogacanie kultury przez członków rodziny. Rodzina zatem nadal ma właściwości kulturotwórcze<sup>132</sup>, a „to, czego uczymy się dzięki życiu w rodzinie, utrwała się w nas na całe życie”<sup>133</sup>.

Nie jest czymś nadzwyczajnym, że we współczesnych społeczeństwach prestiż ludzi starych jest znacznie mniejszy w porównaniu z ich sytuacją w społeczeństwach tradycyjnych, w których pokolenie dziadków cieszyło się autorytetem

<sup>130</sup> M.in. prace: A. Przecławski (red.), *Relacje między ludźmi jako przedmiot badań pedagogicznych*, Warszawa 1993; J. Bednarski, *Zróżnicowanie rodzinnych środowisk kulturowych*, Poznań 1987; M. Ziemska, *Rodzina a osobowość*, Warszawa 1975; K. Ferenc, *Akulturacyjna funkcja rodziny współczesnej*, (w:) A. Tchorzewski (red.), *Rodzina – przeszłość – teraźniejszość – przyszłość*, Bydgoszcz 1988.

<sup>131</sup> L. Dyczewski, *Rodzina jako twórca i przekaziciel kultury polskiej*, dz. cyt., s. 11.

<sup>132</sup> Tamże, s. 8–13.

<sup>133</sup> „L'Osservatore Romano” 1994, nr 3, s. 36.



społecznym, kulturowym jako aktywne źródło wiedzy i zbiorowego doświadczenia. Jak twierdzi Maria W. Smereczyńska, „w wielu dzisiejszych społeczeństwach, w których panuje kult wydajności, pojawia się ryzyko uznawania osób starszych za bezużyteczne, a nawet stanowiące ciężar dla innych; (...) w zapomnienie odchodzi natomiast odwieczna prawda, że ludzie starzy niosą ze sobą ogrom doświadczenia i wiedzy”<sup>134</sup>. Ze względu jednak na zachowawczość środowisk wiejskich, miejsce i rola ludzi starych w rodzinach wiejskich są wyraźnie ustalone. Jednakże i w tym obszarze socjalizacyjne, wychowawcze i kulturowe funkcje starszych generacji w rodzinie wiejskiej są zagrożone. Dotyczy to zjawiska utraty bądź zmniejszania się wychowawczej roli rodziny i publicznych instytucji wychowawczych na rzecz środków masowego przekazu, które stają się bardziej atrakcyjnym, a nieraz nawet głównym wychowawcą dzieci i młodzieży. Charaktery oraz zainteresowania młodego pokolenia kształtują programy telewizyjne, przekazy multimedialne, kolorowe pisma brukowe, gry komputerowe, filmy kryminalne i horrory, reality show. Obecnie zauważyć więc można zachwianie, a wręcz parcelację hierarchii, w której przebiegała jeszcze do niedawna socjalizacja, wychowanie w rodzinie wielopokoleniowej: dziadkowie (rodzice) – rodzice (dzieci) – dzieci (wnuki). Nawiązując do zjawiska **przesunięcia socjalizacyjnego**<sup>135</sup>, stwierdzić należy, że to nie starsze generacje są dziś dla ludzi młodych wyznacznikami norm, zasad, wartości powszechnie obowiązujących i uznanych za właściwe. Źródłem tych elementów są wspomniane media elektroniczne, grupa rówieśnicza bądź środowiskowa. Wskazuje to na omawiany wcześniej problem cyfrowego podziału, swego rodzaju luki (w tym przypadku międzypokoleniowej), która istnieje między tymi, którzy posługują się nowymi mediami i tymi, którzy takiej umiejętności są pozbawieni. Pamiętać należy, że cyfrowy podział nie jest jedynie konsekwencją braku dostępu do mediów elektronicznych, lecz warunkowany jest poziomem wiedzy ogólnej i technicznej ich użytkownika oraz jego umiejętnościami praktycznymi pozwalającymi skutecznie, sprawnie korzystać ze źródeł informacji, jakim są media elektroniczne i multimedia. Można zaryzykować zatem tezę, że w obliczu nieustannej ekspansji mediów elektronicznych, socjalizacja i wychowanie młodych, a więc obszary zarezerwowane do realizowania starszym pokoleniom, stanowią dziś swoistą niszę i funkcjonują na wzór „tajnych fakultetów”. W dobie bycia „cool”, „online” nie wypada dziś człowiekowi młodemu powielać, kultywować wzorów, zasad, norm, wartości „z wczoraj”.

<sup>134</sup> M. W. Smereczyńska, *Rodziny wielopokoleniowe w centrum uwagi czy poza marginesem?*, (w:) J. A. Markowska (red.), *W kręgu rodziny dawniej i dziś*, Białystok 2000, s. 84.

<sup>135</sup> Z. Kwieciński, *Wizja przyszłości a zmiany w edukacji*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1998.

Pamiętać jednak należy, że człowiek dorosły (rodzic, dziadek) przez zajmowanie określonej pozycji w strukturze społecznej oraz styczność z innymi ludźmi, staje się czynnikiem społecznym, który w codziennych sytuacjach życiowych wpływa na socjalizację i wychowanie innych<sup>136</sup>. Proces socjalizacji młodego pokolenia w rodzinie najczęściej dokonuje się w drodze spontanicznego naśladownictwa, identyfikacji, wychowania, a więc interakcji symbolicznej. Procesy socjalizacji dokonują się najlepiej w rodzinie, z tego względu że rodzina wytwarza specyficzny system komunikacji, który opiera się na kontaktach bezpośrednich. Bezpośredniość w styczności podnosi jakość relacji międzypokoleniowych, ich dialogowy charakter, emocjonalne przeżywanie, większą intensywność i częstotliwość, a przede wszystkim długo-trwałość, ciągłość w czasie – od urodzenia aż do śmierci.

W uzupełnieniu tych argumentów właściwe wydają się słowa Papieża Jana Pawła II, który uważał, że ludzie starsi dzięki dojrzałości i doświadczeniu mogą udzielać młodym rad i cennych pouczeń. „Kruchość ludzkiego istnienia, w sposób najbardziej wyrazisty ujawniająca się w starszym wieku, staje się w tej perspektywie przypomnieniem o wzajemnej zależności i nieodzownej solidarności między różnymi pokoleniami, jako że każdy człowiek potrzebuje innych i wzbogaca się dzięki darom i charyzmatom wszystkich”<sup>137</sup>. A zatem, przy całej atrakcyjności treści przekazywanych przez media elektroniczne, pomimo dewaluacji pozycji i wartości pokolenia starszego, generacja ta nadal stanowi cenne źródło wiedzy i ważny element w socjalizacji i wychowaniu młodego pokolenia.

<sup>136</sup> O. Czerniawska, *Drogi i bezdroża andragogiki i gerontologii*, Łódź 2000.

<sup>137</sup> Jan Paweł II, *List do moich braci i siostr – ludzi w podeszłym wieku*, Watykan 1999, pkt 10.

## Rozdział 2

# Kultura – kultura audiowizualna – uczestnictwo w kulturze

Zjawisko **kultury** (ang. *culture*, fr. *la culture*, niem. *die Kultur*, ros. *kultura*) jest w swej treści tak niejednorodny i złożony, że nie można go zamknąć w jednej definicji czy teorii. Termin „kultura” stanowi jedno z najbardziej powszechnych, a zarazem wieloznacznych pojęć współczesnej humanistyki i nauk społecznych. Heterogeniczność określeń kultury wynika zarówno z odmiennych punktów widzenia przyjmowanych przez różne szkoły i dyscypliny naukowe, jak i rzeczywistych przemian, którym ona podlegała w ciągu wieków.

Złożoność, wieloaspektowość i niejednorodność zjawisk kulturowych sprawiła, że wypracowano wiele różnych stanowisk teoretycznych w tym zakresie. Różnice w teoretycznym ujmowaniu kultury prowadzą do odmiennego rozłożenia akcentu na dany jej aspekt, użycia odmiennej aparatury pojęciowej oraz ustalania innego typu związków i zależności. „Istnieje wiele możliwości definiowania kultury, a każda jest użyteczna w powiązaniu z dociekaniem określonego rodzaju”<sup>1</sup>.

Warto w tym miejscu przywołać ustalenia poczynione przez główną reprezentantkę polskiej socjologii kultury Annę Kłoskowską. Autorka wyodrębniła trzy **wąskie kategorie kultury**: kulturę bytu, kulturę społeczną oraz kulturę symboliczną<sup>2</sup>. Pierwszą z wyróżnionych przez badaczkę kategorią kultury globalnej jest **kultura bytu**, często określana mianem kultury materialnej bądź cywilizacji<sup>3</sup>. **Kultura społeczna** określana jest jako kultura socjetalna. Wyraża się ona w zgodności norm i wzorów, ich uczeniu się i przekazywaniu między grupami ludzi w procesach pracy, konsumpcji i zabawy<sup>4</sup>. Trzecią kategorią kultury wyróżnioną przez Kłoskowską z kultury globalnej jest **kultura symboliczna**. Stanowi ona kulturę w ścisłym tego słowa znaczeniu. Wyodrębniając kategorię kultury symbolicznej, autorka wskazuje,

<sup>1</sup> R. Linton, *Kulturowe podstawy osobowości*, Warszawa 1975, s. 44.

<sup>2</sup> A. Kłoskowska (red.), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze*, Wrocław 1991.

<sup>3</sup> B. Gołębiowski, *Kultura w ujęciu socjologicznym*, (w:) Z. Krawczyk (red.), *Socjologia polska*, Warszawa 1990; A. Kłoskowska, *Socjologia kultury*, Warszawa 1983.

<sup>4</sup> B. Gołębiowski, *Kultura w ujęciu socjologicznym*, (w:) Z. Krawczyk (red.), *Socjologia polska*, dz. cyt.

że „są to działania i wytwory o charakterze symbolicznym, posiadające wartości autoteliczne, nieinstrumentalne, pozbawione praktycznej użyteczności”<sup>5</sup>. Wspomnieć należy, że czynności autoteliczne to te, „których wykonywanie jest źródłem zadowolenia dla jednostki (...) jest to ten rodzaj działań, które określić można jako czynności samocelowe, stanowiące cel sam w sobie”<sup>6</sup>. Ten wąsko pojmowany zakres pojęcia kultury dotyczy zatem sfery intelektualnej, estetycznej, zabawowej i obyczajowej działalności ludzi. Z tego też względu do kategorii kultury symbolicznej należą takie zjawiska kultury, które spełniają funkcje estetyczne, poznawcze i ludyczne, powiązane głównie z takimi dziedzinami, jak sztuka, zabawa, nauka i religia. Bez wątplenia takie ujęcie kultury jest najbardziej odpowiednie w odniesieniu do kultury audiowizualnej, stanowiącej jedną z form kultury popularnej (niegdyś określanej jako kultura masowa). Znaczna jej część bowiem zamyka się w ramach kultury symbolicznej realizacyjnej – czyli symbolicznych czynności kulturalnych o charakterze autonomicznym, czynności mających wartość realizacyjną w sferze symbolicznej, takich które same w sobie są celem działania<sup>7</sup>, są uprawiane i rozwijane bezinteresownie, ze względu na związane z tymi wartościami wewnętrzne przeżycia<sup>8</sup>.

Ważnym stanowiskiem w kontekście uczestnictwa wielopokoleniowej rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej jest humanistyczne rozumienie kultury<sup>9</sup>. Stanowi ono podstawę pedagogiki kultury. Interpretacja humanistyczna kultury odwołuje się do koncepcji człowieka jako istoty kulturalnej uczestniczącej w procesie przeżywania i tworzenia wartości<sup>10</sup>. Ważnym elementem wychowania w tym nurcie myślenia o kulturze jest „przygotowanie ludzi do czynnego i twórczego udziału w życiu kulturalnym przez wprowadzanie ich w świat wartości ponadindywidualnych, obiektywnych, rozwinięcie ich sił duchowych, wpojenie im wzniosłego ideału kultury”<sup>11</sup>.

## 2.1. Odmasowienie kultury i popularyzacja rzeczywistości – kultura masowa vs kultura popularna

Przedmiotem zainteresowań dotychczasowych badań i teorii kultury są zjawiska intelektualnej, estetycznej i ludyczno-rekreacyjnej (czyli zabawowo-rozrywkowej)

<sup>5</sup> A. Kłoskowska (red.), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku...*, dz. cyt.

<sup>6</sup> B. Gołębiowski, *Kultura w ujęciu socjologicznym*, (w:) Z. Krawczyk (red.), *Socjologia polska*, dz. cyt., s. 182.

<sup>7</sup> A. Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1983, s. 93.

<sup>8</sup> A. Kłoskowska (red.), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku...*, dz. cyt.

<sup>9</sup> M.in. Bogdan Suchodolski, Sergiusz Hessen, Irena Wojnar, Wiesława Pielasińska, Janusz Gajda.

<sup>10</sup> L. Chmaj, *Prądy i kierunki w pedagogice XX wieku*, Warszawa 1952.

<sup>11</sup> I. Wojnar, *Humanistyczne i antropologiczne rozumienie kultury – kontrowersje i wzbogacenia*, (w:) D. Kubinowski (red.), *Kultura. Wartości. Kształcenie*, Toruń 2003.

działalności ludzkiej, związane w szczególności z oddziaływaniem środków masowego komunikowania. Zjawiska te mieszczą się całkowicie w ramach kultury symbolicznej. Rozwój i zastosowanie środków masowej komunikacji stanowił czynnik wyróżniający pewien specyficzny typ kultury wyodrębniający się spośród innych historycznych form jej manifestacji – kultury masowej. Jako dominująca forma organizacji kultury symbolicznej narastała ona stopniowo co najmniej od dwóch stuleci. Narodziła się jako produkt wtórny rewolucji przemysłowej wraz z industrializmem i urbanizacją. Stanowi ona zjawisko o wyznaczonych historycznych granicach, a przynajmniej wyraźnie występującym terminie początkowym. Postępujący proces uprzemysłowienia miał też, oprócz społeczno-politycznych, **skutki kulturalne**. Niszczył on bezpowrotnie kulturę ludową jako zasadniczą formę symbolicznej kultury realizacyjnej dominujących mas społeczeństwa na rzecz masowego popytu na kulturę. Wykorzystanie skomplikowanej aparatury i złożonej organizacji w procesie komunikowania spowodowało w konsekwencji zastąpienie bezpośredniego audytorium przez **publiczność masową**. Wpłynęło to również na zmianę charakteru więzi społecznej, powstającej między twórcami (nadawcami) i odbiorcami kultury.

Uwzględniając transmisję między twórcą a odbiorcą, konieczne w tym miejscu wydaje się odwołanie do pojęcia „trzech układów kultury”<sup>12</sup> opracowanego przez Kłoskowską. Pierwszy układ określony jako pierwotny układ kultury, charakterystyczny jest dla kultur pierwotnych oraz kultur wspólnotowych typu tradycyjnego, jakimi są mała społeczność lokalna, wieś, sąsiedztwo. Znamionną jego cechą jest dominacja w procesie komunikowania styczności bezpośrednich i nieformalnych między członkami tych kultur. Bliskość psychofizyczna, podobieństwo losów życiowych i doświadczeń sprzyja tworzeniu i przekazywaniu treści kultury w obrębie rodzin, grup sąsiedzkich, grup rówieśniczych młodzieży, grup koleżeńskich. Kulturą pierwszego układu jest zatem kultura ludowa. Występuje w tradycyjnych społecznościach lokalnych, zwłaszcza wiejskich, ale może też być rozpatrywana w ramach dużych obszarów obejmujących całe narody. Kultura ludowa jest dostępna bez ograniczeń wszystkim członkom społeczności, jest wolna od alienacji i spontaniczna, aczkolwiek istnieje w niej pewna forma przymusu nakazującego stosowanie się do form uświęconych tradycją. Drugi układ kultury, nazwany przez badaczkę układem instytucjonalnym, charakteryzuje się również kontaktami bezpośrednimi, ale przy równoczesnym udziale kontaktów formalnych ludzi w określonych rolach społecznych. Relacje te mają więc charakter zinstytucjonalizowany i nieprzypadkowy. Treści są tworzone i przekazywane w bezpośrednich kontaktach, ale w ramach określonych instytucji, np. szkoły, teatru, Kościoła, filharmonii, domu kultury. Trzeci układ kultury opiera się głównie na środkach pośredniego komunikowania. Ze względu

<sup>12</sup> A. Kłoskowska, *Socjologia kultury*, dz. cyt., s. 324–370.

na wyłącznie pośredni typ relacji zachodzący między nadawcą a odbiorcą, ten układ kultury określa się mianem układu styczności pośrednich. Znamioną jego cechą (w odróżnieniu od dwóch poprzednich) jest sposób instytucjonalizacji wspomnianych relacji. Na poziomie nadawców mają one charakter znacznej formalizacji, zaś poziom odbiorców ma naturę nieformalną. Jak pisze Kłoskowska, „ten układ kultury można (...) sprowadzić do kultury masowych środków komunikowania i określić go jako układ tych środków i właściwych im cech sytuacji komunikacyjnej”<sup>13</sup>. Do przekazu treści kultury wykorzystuje się więc takie środki przekazu, jak pismo, druk, taśmę filmową, radio, telewizję, a współcześnie również technologie cyfrowe m.in. komputer oraz Internet. Dzięki wspomnianym mediom przekazywane treści kultury mogą docierać do szerokich mas odbiorców, z tego też względu kulturę tego układu określa się, a w zasadzie określało się, mianem **kultury masowej**. Kultura trzeciego rzędu wyraża się w takich jej formach, które służą głównie rozrywce, np. szeroko rozpowszechniane (ze względu na nieograniczone możliwości techniczne współczesnych mediów) muzyka, film, seriale telewizyjne, widowiska estradowe, transmisje sportowe itp. Publiczność masowa zatem to publiczność pośrednia, rozproszona przestrzennie, która kształtuje się w wyniku oddziaływania tych samych podniet o szerokim zasięgu, jak prasa, radio lub telewizja, a nie w wyniku fizycznego zbliżenia (jakie stanowiło cechę publiczności bezpośredniej, zgromadzonej w jednym miejscu i czasie, odbierającej nie tylko zbiorowo, lecz i wspólnie te same treści).

Wspomniana depersonalizacja relacji twórca-odbiorca jest charakterystyczną cechą kultury masowej. Jak zauważa Paweł Kossowski, „twórca wystawia swą myśl na bezosobowym masowym rynku, nie wiedząc, kto ją »kupi«. Odbiorca zaś nie odbiera kultury całą swą osobowością, lecz tylko tym, co ma wspólnego z innymi ludźmi”<sup>14</sup>. Uzasadnione zatem jest określenie odbiorcy tego typu kultury jako **odbiorcy masowego** – identycznego, o ujednoliconym guście, konsumującego produkowane towary. Z tego też względu często kulturę masową definiuje się jako „ogół kulturalnych dóbr konsumpcyjnych oddanych do dyspozycji publiczności w najszerszym rozumieniu tego słowa, za pomocą masowego komunikowania w ramach cywilizacji technicznej”<sup>15</sup>. W akcie konsumpcji kulturalnej w ujęciu masowym wyraża się brak indywidualności człowieka. Dostrzegany jest natomiast nadmiar standaryzacji przedmiotu, co zwalnia ludzi z wysiłku intelektualnego przy odbiorze kultury<sup>16</sup>. Ponadto procesy **homogenizacji** oraz **uniformizacji** kultury, tj. wymieszania się

<sup>13</sup> Tamże, s. 327–328.

<sup>14</sup> P. Kossowski, *Dziecko i reklama telewizyjna*, Warszawa 1999, s. 23.

<sup>15</sup> G. Friedmann, *Enseignement et culture de masse*, „Communications”, Centre d’Etudes de Communications de masse de l’Ecole Pratique des Hautes Etudes, Paris 1962, s. 3.

<sup>16</sup> A. Kłoskowska, *Kultury narodowe korzeni*, Warszawa 1996.



składników kultury, a w konsekwencji zniesienie różnic kulturowych<sup>17</sup>, powoduje oddalanie się potencjalnego odbiorcy od oryginału, oferując mu imitację, przeżywaną jako oryginał. Mimetyczność kultury masowej przekłada się również na aspiracje jednostki w realizowaniu wcześniej postawionych życiowych celów. Sytuacja taka, jak zauważa Edgar Morin, „jest konsekwencją wypełnienia obfitymi treściami kultury masowej tej sfery nowego czasu wolnego, która zdobyta została na wycofujących się koniecznościach życiowych, odchodzących coraz dalej od pracy, święta i rodziny”<sup>18</sup>. Kultura masowa zatem odnosi się „do zjawisk przekazywania wielkim masom odbiorców identycznych lub analogicznych treści płynących z nielicznych źródeł oraz do jednolitych form zabawowej, rozrywkowej działalności wielkich mas ludzkich”<sup>19</sup>. Realizacja kryteriów kultury masowej wymaga spełnienia zasadniczego warunku szybkiej komunikacji o szerokim zasięgu. Warunek ten spełniają zarówno techniczne środki komunikacji w społecznym rozumieniu, wchodzące w zakres kultury bezpośredniej: kolej, samochód, samolot, jak i urządzenia służące symbolicznemu komunikowaniu: druk, radio, telewizja, **współcześnie również (a może głównie) media elektroniczne i multimedia** takie, jak komputery, telewizja satelitarna czy Internet.

W ewolucji, jakiej podlegała i podlega w dalszym ciągu kultura, wyróżnić można trzy procesy. Proces pierwszy był związany z narodzinami kultury masowej i kształtowaniem się jej natury. Był to okres trwający od XVIII wieku do końca wieku XIX. „Druga fala” związana była z etapem umasowienia kultury, który trwał od końca XIX wieku do lat 50./60. wieku XX<sup>20</sup>. Ostatnia faza, określana mianem odmasowienia kultury masowej i popularyzacji rzeczywistości, miała początek na przełomie lat 50./60. XX wieku i trwa do dziś (w Polsce rozpoczęła się wraz z przełomem transformacyjnym). W rozumieniu hiszpańskiego filozofa Jose Ortegi y Gasseta społeczeństwa końca XX wieku przestały bądź przestają być „masowymi”<sup>21</sup>. W sukurs temu stanowisku przychodzi jeden z najwybitniejszych współczesnych amerykańskich futurologów Alvin Toffler, który zwraca uwagę na postępujący odwrót od „drugofalowego” społeczeństwa masowego. Zdaniem tego myśliciela „masowość staje się znakiem przeszłości”<sup>22</sup>. A zatem, podobnie jak społeczeństwo przestało być masą, tak też i kultura masowa – dawniej homogeniczna – przestała być jednorodna,

<sup>17</sup> M.in. A. Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1983; E. Van den Haag, *Kultura popularna*, (w:) W. Górnicki, J. Kossak, *Super Ameryka*, Warszawa 1970; A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998.

<sup>18</sup> E. Morin, *Kultura czasu wolnego*, (w:) G. Godlewski, L. Kolankiewicz, A. Mencwel, M. Pęczak, *Wiedza o kulturze. Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, Warszawa 1998, s. 492; E. Morin, *Masowy odbiorca*, (w:) M. Hopfinger (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Warszawa 2002, s. 573–582.

<sup>19</sup> A. Kłoskowska, *Kultura masowa...*, dz. cyt., s. 172.

<sup>20</sup> A. Toffler, *The Third Wave*, Bantam Books 1980.

<sup>21</sup> J. Ortega y Gasset, *Bunt mas*, Warszawa 1997.

<sup>22</sup> A. Toffler, H. Toffler, *Budowa nowej cywilizacji. Polityka trzeciej fali*, tłum. J. Łoziński, Poznań 1996, s. 32–33.

związana z jednym nadawcą. Witold Jakubowski uważa, że w obliczu współczesnych przemian, należy „rozdzielić kulturę masową charakterystyczną dla świata »drugiej fali« i zróżnicowaną, niejednorodną kulturę popularną”<sup>23</sup>.

W literaturze przedmiotu można spotkać się ze **stanowiskami krytyki kultury masowej**. Amerykański pisarz i dziennikarz, jeden z najwcześniejszych badaczy i krytyków kultury masowej, Dwight Macdonald, twierdził wprost, że jest ona wytworem producentów działających w show-biznesie, przeznaczonym dla osób, których uczestnictwo w kulturze masowej ogranicza się jedynie do zakupu jej wytworów<sup>24</sup>. Kultura masowa rozumiana jest w tym kontekście jako środek manipulowania ludźmi w celach komercyjnych, a nawet politycznych, natomiast podstawowa jej funkcja ma głównie charakter hedonistyczny<sup>25</sup>. Stanowiska tego nurtu<sup>26</sup> cechuje niechęć do produktów tej kultury, dyktowana przeświadczeniem o ich miałkości, wulgarności, niższości artystycznej i myślowej<sup>27</sup>. Kultura masowa, stanowiąca „zwulgaryzowane odbicie kultury wyższej”<sup>28</sup>, „artykuł masowego spożycia”<sup>29</sup>, interpretowana jest w tym ujęciu jako bezwartościowa. Z tego też względu często była poza zainteresowaniami edukacji kulturalnej.

Krytyczny stosunek do kultury masowej jest konsekwencją wciąż obecnych podejść oceniających, normatywnych, wartościujących, w których kulturę różnicuje się na wysoką (elitarną) i kulturę niską (ludową, masową). Taki sposób polaryzowania zjawisk kulturowych ma w rzeczywistości charakter akademickiego sporu, w którym trudno jest znaleźć wyraziste kryteria dokonanej podziału<sup>30</sup>. Procesy odmasowienia kultury masowej (telewizji, radia, prasy) i społeczeństwa masowego (gospodarka wolnorynkowa) oraz dynamiczny rozwój mediów elektronicznych, multimedialnych, powodują, że obecnie pojawiają się wątpliwości dotyczące różnicowania kultury na wysoką (elitarną) i kulturę masową (ludową, niską)<sup>31</sup>.

<sup>23</sup> W. Jakubowski (red.), *Media. Kultura popularna. Edukacja*, Kraków 2005, s. 11.

<sup>24</sup> D. Macdonald, *Teoria kultury masowej*, „Odra” 1970, nr 1.

<sup>25</sup> M. Filipiak, *Socjologia kultury. Zarys zagadnień*, Lublin 1996.

<sup>26</sup> M.in. Jose Ortega y Gasset, Daniela Quinna oraz przedstawiciele tzw. frankfurckiej szkoły krytyki kultury masowej, m.in. Theodore’a Adorno, Maksa Horkheimera, Waltera Benjamina, Herberta Marcuse’a, Leo Löwenthala, Franza L. Neumanna, Friedricha Pollocka, Ericha Fromma, Jürgena Habermasa; szerzej D. Strinati, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1998, s. 51–77;

<sup>27</sup> W. Jakubowski, E. Zierkiewicz, *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, Kraków 2002.

<sup>28</sup> D. Macdonald, *Teoria kultury masowej*, (w:) G. Godlewski, L. Kolankiewicz, A. Mencwel, M. Pęczak (oprac.), *Wiedza o kulturze*, cz. I, *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, Warszawa 1995, s. 481.

<sup>29</sup> D. Macdonald, *Teoria kultury masowej*, dz. cyt.

<sup>30</sup> W. Jakubowski (red.), *Media. Kultura popularna. Edukacja*, dz. cyt.

<sup>31</sup> J. Mikułowski-Pomorski, *Badanie masowego komunikowania*, Warszawa 1980; J. Mikułowski-Pomorski, *Środki masowego komunikowania jako element ludzkiego środowiska*, „Przekazy i Opinie” 1980, nr 3; M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mediów*, Warszawa 1991; M. Mrozowski, *Media masowe; władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001; T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2006; S. Livingstone, *Relationships between Media Audiences*, (w:) T. Liebes, J. Curran (red.), *Media, Ritual and Identity*, London – New York 1998; M. Gałuszka, *Między przyjemnością a rytuałem. Serial telewizyjny w kulturze popularnej*, Łódź 1996.

Sam fakt szerokiego, masowego zasięgu nie oznacza niskiej wartości, podobnie jak elitaryzm nie gwarantuje wartości wysokich. Jak zauważa Aldona Jawłowska, „nie jest tak, że kultura wysoka obniżyła swoje kryteria, zbliżając się do kultury niskiej lub przeciwnie (...). Raczej obie zostały »zmiksowane«, tworząc nową jakość – kulturę postmodernistyczną, w której każdy znajdzie to, czego szuka”<sup>32</sup>. Coraz częściej więc w rozważaniach o kulturze współczesnej rezygnuje się z pojęcia „kultura masowa” na rzecz określenia **kultura popularna**. Pomimo że zarówno potocznie, jak i w literaturze przedmiotu, często oba pojęcia traktuje się zamiennie, synonimicznie (co zapewne jest konsekwencją upowszechniania treści kultury za pomocą mediów w ramach omawianego wcześniej „trzeciego układu kultury”), to jednak **nie są to pojęcia tożsame** (tabela 2). Ewentualne problemy w zdefiniowaniu, czym jest kultura popularna, najczęściej wynikają z tego, że nie próbuje się zrozumieć i badać jej fenomenu, ale przede wszystkim ją oceniać.

Swoiste cechy kultury popularnej wynikają z procesu **odmasowienia kultury i popularyzacji rzeczywistości**. Wspomniane procesy powodują, że dzisiejszy uczestnik kultury bardziej „wybiera” niż „odbiera” nadawane komunikaty, sam będąc często aktywnym podmiotem w konstruowaniu znaczeń jej tekstów. Obraz ten uzupełniają stanowiska obecne we współczesnych badaniach nad mediami i odbiorcą, które coraz częściej odchodzą od przekonania, iż publiczność jest homogeniczną, bezkrytyczną masą, a media ustalają znaczenia nadawanych tekstów. Zakłada się raczej zróżnicowanie publiczności i związaną z tym możliwość odmiennego dekodowania przekazu<sup>33</sup>. Współcześnie więc o masowości przekazu nie decyduje nadawca, a decyzje odbiorców<sup>34</sup>. Teza ta mówi o tym, że obiektywny charakter odbieranych treści i wartości sprawdza się w samym człowieku i tylko przez niego mogą być odkryte. Dopiero przez indywidualną weryfikację w kontekście wielu uwarunkowań, nabierają autentycznego znaczenia<sup>35</sup>.

Wspomniana weryfikacja jest związana z działaniami podejmowanymi przez odbiorców wobec dzieł, przedstawień i przekazów, dostarczanych przez przemysł kulturowy. Istota tego działania polega na interpretowaniu, indywidualnym nadawaniu znaczeń, czynieniu odbieranych przekazów i przedstawień elementem codziennych doświadczeń ich odbiorców<sup>36</sup>.

<sup>32</sup> A. Jawłowska, *Tu i teraz w perspektywie kultury postmodernistycznej*, (w:) *Przełom i wyzwanie*, Warszawa-Toruń 1991, s. 142.

<sup>33</sup> S. Hall, *Kodowanie i dekodowanie*, tłum. W. Lipnik, I. Siwiński, „Przekazy i Opinie” 1987, nr 1–2, s. 58–71.

<sup>34</sup> Z. Melosik, *Postmodernistyczne kontrowersje wokół edukacji*, Toruń–Poznań 1995; T. Szkudlarek, *Wiedza i wolność w pedagogice amerykańskiego postmodernizmu*, Kraków 1993.

<sup>35</sup> A. Przeclawska, L. Rowicki (red.), *Nastolatki i kultura w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych*, Warszawa 2000.

<sup>36</sup> J. Fiske, *Postmodernizm i telewizja*, tłum. Jolanta Mach, (w:) A. Gwóźdź (red.), *Pejzaże audiowizualne; telewizja, wideo, komputer*, Kraków 1997, s. 165–183.

Tabela 2. Różnice i podobieństwa interpretacyjne  
kultury masowej i kultury popularnej

KULTURA MASOWA	KULTURA POPULARNA
<b>RÓŻNICE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• społeczeństwo masowe („bezkrytyczna masa”)</li> <li>• publiczność masowa, homogeniczna</li> <li>• „towar na sprzedaż”</li> <li>• „pedagogiczny etnocentryzm”</li> <li>• media ustalają znaczenia nadawanych tekstów</li> <li>• o masowości przekazu decyduje nadawca</li> <li>• przekaz treści kultury za pomocą mass mediów</li> <li>• środek manipulacji ludźmi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• społeczeństwo odmasowione (zbiór podmiotów aktywnych w konstruowaniu znaczeń treści kultury)</li> <li>• publiczność niejednorodna, odbiorca indywidualny</li> <li>• emocjonalne związanie odbiorcy z przekazywanymi treściami</li> <li>• potencjał pedagogiczny (edukacja nieformalna)</li> <li>• możliwość odmiennego dekodowania przekazu</li> <li>• o masowości przekazu decyduje odbiorca</li> <li>• przekaz treści kultury głównie za pomocą mediów elektronicznych, multimediów</li> <li>• środowisko indywidualnego nadawania znaczeń, interpretowania, element codziennych doświadczeń odbiorców</li> </ul>
<b>PODOBIEŃSTWA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dostępna dla wszystkich, uwzględnia gusty najliczniejszej warstwy społeczeństwa</li> <li>• zdominowana wartościami i przeżyciami konsumpcyjno-hedonistycznymi</li> </ul>	

Źródło: opracowanie własne

Kultura popularna, mimo różnorodności gatunkowej, zdominowana jest wartościami i przeżyciami konsumpcyjno-hedonistycznymi. Nie oznacza to jednak, że jest kulturą bezwartościową. Wszelka kultura jest warta badania<sup>37</sup>, ponieważ o tym, „czym lub jaki jest dany obiekt, zjawisko lub proces, nie przesądzają jego istotne własności, wygląd czy materiał, z jakiego jest wykonany, ale sposób, w jaki jest postrzegany, i sposób, w jaki wobec niego działamy, a więc znaczenia, które mu przypisujemy w procesach poznawczych i praktyce społecznej”<sup>38</sup>. W odróżnieniu od kultury masowej, kultura popularna nie jest jedynie „na sprzedaż”. Jest ona „czasem przeznaczonym na przyjemność i jest przyjemnością samą w sobie”<sup>39</sup>, dlatego też utożsamia się ją z takimi gatunkami, jak teleturnieje, opery mydlane, seriale komediowe, powieści sensacyjne i romanse, muzyka rozrywkowa, innymi słowy z takimi typami kulturowych dzieł i przekazów, których celem jest dostarczenie jednostkom rozrywki<sup>40</sup>. Istotą rozrywki w kulturze popularnej jest emocjonalne związanie odbiorcy z komentowanym problemem.

<sup>37</sup> H. A. Giroux, *Pedagogia pogrnicza w wieku postmodernizmu*, tłum L. Witkowski, (w:) Z. Kwieciński, L. Witkowski (red.), *Spory o edukację. Dylematy i kontrowersje we współczesnych pedagogiach*, Warszawa 1993, s. 140–162.

<sup>38</sup> M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2003, s. 20; także F. Znaniecki, *Wstęp do socjologii*, Warszawa 1998; P. L. Berger, T. Luckmann, *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, Warszawa 1983; M. Ziółkowski, *Znaczenie, interakcja, zrozumienie*, Warszawa 1981; A. Zybertowicz, *Przemoc i poznanie. Studium z nie-klasycznej socjologii wiedzy*, Toruń 1995.

<sup>39</sup> M. Gałuszka, *Między przyjemnością a rytuałem. Serial telewizyjny w kulturze popularnej*, Łódź 1996.

<sup>40</sup> Tamże.

Kultura popularna jest częścią kultury współczesnego świata. Jak twierdzi Jakubowski, jest ona „zbyt ważnym elementem codzienności współczesnego człowieka, by edukacja mogła ją lekceważyć”<sup>41</sup>. Dlatego też w zjawiskach związanych z kulturą popularną, należy szukać obszaru możliwego do wykorzystywania w działaniach edukacyjnych. **Pedagogiczny potencjał kultury popularnej** tkwi, jak zauważa Przecławska „w bogactwie i różnorodności treści współczesnej kultury oraz bogactwie i różnorodności przeżyć, które w wyniku zetknięcia z tymi treściami mogą stać się udziałem współczesnego człowieka”<sup>42</sup>. Przestrzeń kultury popularnej jest obszarem edukacji nieformalnej, w której wysiłek poznawczy dotyczy „korzystania z kultury według potrzeb jej użytkowników i według ich sposobów rozumienia kultury”<sup>43</sup>. W tej perspektywie edukacyjny wymiar kultury popularnej wydaje się oczywisty. W podobnym ujęciu edukację interpretują Zbyszko Melosik i Tomasz Szkudlarek. Edukacja rozumiana jest przez nich jako społeczna praktyka konstruowania znaczeń nadających sens ludzkiej tożsamości<sup>44</sup>. Stanowi to o pedagogicznych cechach kultury popularnej. Przede wszystkim jednak kultura popularna jest faktem społecznym, wchodzącym w różne sfery życia ludzi, często wypełniającym im w całości czas wolny. Ma ona istotny wpływ na rytm życia codziennego: jest źródłem inspiracji i identyfikacji, w jej ramach zaspokajanych jest wiele potrzeb odbiorców, kreuje styl życia, modę, wpływa na sposoby widzenia świata i formułowania aspiracji życiowych<sup>45</sup>. Takie też rozumienie kultury popularnej (uwzględniając wszystkie desygnaty odróżniające ją od kultury masowej) przyjmuję w tej pracy.

## 2.2. Audiowizualny typ kultury i jego predyktory

Wiek XX spośród wielu nowych zjawisk przyniósł również na niespotykaną dotąd skalę rozwój mediów elektronicznych i multimediiów. W ich bogactwie wymienić można chociażby radio, płytę długogrającą, kasetę magnetofonową, telewizję (cyfrową, interaktywną), wideo, płyty CD, DVD, Blue-Ray, odtwarzacze MP3/MP4, telefonię komórkową, odtwarzacze formatu DivX, komputer, Internet i inne. Dynamiczny rozwój nowych mediów wpłynął na zasadniczą zmianę w doświadczeniach komunikacyjnych uczestników kultury. Posługiwały się one odmiennymi

<sup>41</sup> W. Jakubowski (red.), *Media. Kultura popularna. Edukacja*, dz. cyt., s. 19.

<sup>42</sup> A. Przecławska, L. Rowicki (red.), *Nastolatki i kultura w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych*, Warszawa 2000, s. 12–13.

<sup>43</sup> J. Bruner, *The Culture of Education*, Cambridge 1996, s. 43; cyt. za: W. Kuligowski, *Edukacja i kultura popularna albo paradoks Guliwera*, (w:) W. Burszta, A. de Tchorzewski (red.), *Edukacja w czasach popkultury*, Bydgoszcz 2002, s. 71.

<sup>44</sup> Z. Melosik, T. Szkudlarek, *Kultura, tożsamość i edukacja – migotanie znaczeń*, Kraków 1998.

<sup>45</sup> W. Jakubowski, E. Zierkiewicz, *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, Kraków 2002.



narzędziami od znanych wcześniej, tradycyjnych przekazów słownych i obrazowych. Permanentna obecność nowych mediów w przestrzeni społecznej spowodowała, że ludzie coraz częściej obcowali nie tylko z gazetą, czasopismem czy książką, ale również z nowymi, bardziej atrakcyjnymi i wygodnymi formami przekazu, zmieniał się stopniowo typ kultury zdominowany przez słowo i druk w **typ audiowizualny**. Granicę między dwiema epokami: epoką werbalną i epoką obrazu i dźwięku, stanowiły w Stanach Zjednoczonych i krajach Europy Zachodniej lata 60. XX wieku. W Polsce ta swoista metamorfoza rozpoczęła się wraz z procesami transformacji systemowej na przełomie lat 80. i 90. Zaznaczyć należy, że przemiana kultury werbalnej w kulturę audiowizualną nie polegała na gwałtownym przejściu do dominacji obrazu nad słowem, lecz dotyczyła nadania centralnej pozycji audiowizualności. Polegała zatem na kulturowym dowartościowaniu audialnych i wizualnych wymiarów społecznej komunikacji<sup>46</sup>.

Nowe media elektroniczne i multimedia stanowią fundament medialnej cywilizacji oraz społeczeństwa, określanego mianem **społeczeństwa medialnego**. Ten typ społeczeństwa charakteryzuje się tym, że:

- „międzyludzkie kontakty i stosunki w przeważającym stopniu mają charakter zapośredniczony, medialny;
- media tworzą (produkują) swoistą rzeczywistość wirtualną, kulturę medialną;
- infrastruktura medialna, w szczególności telekomunikacyjna, jest podstawą sieci i obiegów informacyjnych o różnej skali (od lokalnego do globalnego), zasadniczych dla skutecznych działań i kontaktów jednostkowych i organizacyjnych we wszystkich sferach życia;
- niemal wszelkie działania ludzkie są wspomagane przez techniki medialno-informacyjne;
- przemysły medialne są istotnym elementem gospodarki i zatrudnienia;
- większość produktu narodowego brutto powstaje w ramach szeroko rozumianego sektora usług informacyjnych, telekomunikacyjnych i medialnych;
- informacja, wiedza i kultura są podstawowymi czynnikami wytwórczymi, są kategorią ekonomiczną (towarem), produkcja oraz obieg wiedzy i informacji ma charakter działalności gospodarczej, rozwój społeczeństwa opiera się na wykorzystywaniu teleinformatyki<sup>47</sup>.

Stwierdzić można, że współczesny człowiek żyje w świecie zdominowanym przez media i multimedia. Wchodząc z nimi w określone relacje, staje się

<sup>46</sup> M. Hopfinger, *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Warszawa 2002.

<sup>47</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2006, s. 295.



mieszkańcem „globalnej wioski”<sup>48</sup>, czyli świata dostępnego jedynie w swych reprezentacjach kreowanych przez inne osoby. Nowe media, nowe technologie multimedialne, niwelując bariery czasowe i przestrzenne w procesie komunikacji, tworzą nową przestrzeń życia człowieka. Ostateczny kształt tej przestrzeni nadaje jednak człowiek, który jako świadomy podmiot podejmuje określone relacje z mediami, świadomie ich używa, czerpie z nich określone korzyści, zaspokaja różnego rodzaju potrzeby (*czynnik humanistyczny*). Kategorie czasu i przestrzeni od zawsze określały ramy życia i rozwoju człowieka, w dodatku te kategorie (o czym mówią stanowiska antropologiczne), definiowane są przez dominujący typ kultury. W perspektywie obecnych, dynamicznych przemian cywilizacyjnych, w dobie audiowizualności, pod wpływem mediów elektronicznych i multimediiów, poczucie przestrzeni i czasu ulega przekształceniom (delokalizacja przestrzeni w kierunku przestrzeni wirtualnej), tworząc tym samym nową jakość życia<sup>49</sup>.

Zachodzące zmiany w rzeczywistości początku XXI wieku powodują, że człowiek zmuszony jest niejako do funkcjonowania w kilku wymiarach **czasu** jednocześnie<sup>50</sup>. Ogromne tempo rzeczywistości, jej zmienność, akceleracja różnych procesów i zjawisk, lawina przekazywanych informacji, wielorakość pełnionych ról społecznych powodują, że człowiek żyje pod nieustanną presją czasu, w ciągłym poczuciu jego deficytu. Człowiek żyje także w określonej **przestrzeni**. Amerykański geograf chińskiego pochodzenia, jeden z prekursorów geografii humanistycznej, Yi-Fu Tuan, autor indywidualistycznej koncepcji miejsca i przestrzeni twierdzi, że człowiek nieustannie należy do schematu przestrzeni. Zgubienie się w przestrzeni jest jednoznaczne z brakiem orientacji w schemacie i utratą punktów odniesienia<sup>51</sup>. Wyraźnie przez niego jest akcentowany czynnik ludzki, społeczny, a przestrzeń postrzega się jako pewien schemat (zdaniem Floriana W. Znanieckiego – swoiste pole psychiczne), w skład którego wchodzi jednostki i ich otoczenie. Z tego też względu problematykę analizy przestrzeni podejmuje się również **w kontekście pedagogicznym**. Anna Przeclawska ujmuje przestrzeń życia człowieka między perspektywą mikro i makro. Zdaniem autorki analiza i zagospodarowanie przestrzeni życia „jest drogą do zrozumienia środowiska wychowawczego, w którym żyje i dojrzewa

<sup>48</sup> Termin „globalna wioska” (ang. *global village*) został wprowadzony pod koniec lat 60. XX wieku przez Marshalla McLuhana w książce *The Gutenberg Galaxy*; pojęcie to opisuje trend, w którym masowe media elektroniczne obalają bariery czasowe i przestrzenne, umożliwiając ludziom komunikację na niespotykaną dotąd skalę; obecnie termin „globalna wioska” jest najczęściej używany w formie metaforycznej do opisanego Internetu i stron WWW.

<sup>49</sup> J. Izdebska, *Rola mass mediów w kształtowaniu przez dziecko obrazu świata*, (w:) W. Strykowski, (red.), *Media a edukacja*, Poznań 2000.

<sup>50</sup> E. Wnuk-Lipiński, *Budżet czasu – struktura społeczna – polityka społeczna*, Wrocław 1981; A. Zajączkowski (red.), *Czas w kulturze*, Warszawa 1988.

<sup>51</sup> Yi-Fu Tuan, *Przestrzeń i miejsce*, przeł. A. Morawińska, Warszawa 1987.

człowiek”<sup>52</sup>. Wincenty Okoń zaś utożsamia te dwa pojęcia, pisząc, że „środowisko jest przestrzenią, w której społeczeństwo realizuje różne formy działalności, tworząc w ten sposób warunki własnego życia oraz zaspokajania materialnych i duchowych potrzeb”<sup>53</sup>.

Pomimo subtelnych różnic dotyczących interpretacji pojęcia przestrzeni, stwierdzić należy, że we współczesnej kulturze człowiek egzystuje na przecięciu różnych przestrzeni<sup>54</sup>: fizycznej, społecznej, temporalnej, symbolicznej, psychologicznej, transcendencji, moralnej, informatycznej. O ile do momentu przełomu transformacyjnego przestrzeń aktywności człowieka była dość stabilna, o tyle dzisiaj jej wymiar oraz treść warunkowana jest dynamicznymi zmianami cywilizacyjnymi oraz przeobrażeniami społeczno-kulturowymi. Postępująca audiowizualizacja współczesności kreuje nową przestrzeń życia człowieka – **przestrzeń informacyjną**, którą tworzą media, multimedia, ich codzienna obecność w życiu jednostki, zakres, charakter korzystania z mediów, a także relacje, jakie zachodzą między mediami i ich użytkownikami oraz skutki tych relacji. Dodać należy, że współczesne media są czymś więcej niż tylko nośnikami komunikacji, są narzędziami, jakimi dysponuje człowiek w poznawaniu rzeczywistości<sup>55</sup>. Przestrzeń informacyjna w życiu współczesnego człowieka ma coraz większe znaczenie i pełni coraz bardziej znaczącą rolę. Internet, WWW, telefonia cyfrowa kreują cyberprzestrzeń „która otwiera się przed człowiekiem dzięki powiązaniu na zasadzie natychmiastowej realizacji dotyku z myślą”<sup>56</sup>, umożliwiając natychmiastowe „dostanie się” do danego miejsca na świecie i interakcję z tym miejscem<sup>57</sup>. Powstająca cyberprzestrzeń rozszerza przestrzeń psychologiczną człowieka kosztem przestrzeni społecznej, bezpośrednich interakcji społecznych. Związane jest to głównie z odbiorem, korzystaniem z mediów elektronicznych, który to proces coraz częściej ma charakter odbioru wysoce zindywidualizowanego.

Przemiany zachodzące w sferze kultury związane przede wszystkim z rozwojem telewizji, multimediów „narzuciły” odbiorcom **audiowizualne doświadczenie świata**. Audiowizualność stała się dla współczesnego człowieka podstawą orientacji o ludziach, świecie, środowisku. Kultura audiowizualna kształtuje również nowe oblicze uczestnictwa i inny sposób recepcji kultury niż w kulturze słowa. Podstawową

<sup>52</sup> A. Przeclawska, *Przestrzeń życia człowieka między perspektywą mikro a makro*, (w:) A. Przeclawska, W. Theiss (red.), *Pedagogika społeczna*, Warszawa 1999, s. 75.

<sup>53</sup> W. Okoń, *Nowy słownik pedagogiczny*, Warszawa 1995.

<sup>54</sup> A. Przeclawska, *Przestrzeń życia człowieka między perspektywą mikro a makro*, (w:) A. Przeclawska, W. Theiss (red.), *Pedagogika społeczna*, dz. cyt.; J. Izdebska (red.), *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym. Wybrane zagadnienia i źródła z pedagogiki społecznej*, Białystok 2003.

<sup>55</sup> W. Jakubowski, *Edukacja i kultura popularna*, Kraków 2001.

<sup>56</sup> D. de Kerckhove, *Powłoka kultury. Oddziaływanie nowej elektronicznej rzeczywistości*, Warszawa 1996.

<sup>57</sup> A. Przeclawska, *Przestrzeń życia człowieka, między perspektywą mikro a makro*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 1998, nr 1.

płaszczyznę spontanicznych kontaktów z kulturą stanowi dziś przekaz pośredni, doświadczany za pośrednictwem nowych mediów. Media elektroniczne bardzo intensywnie wkraczają w życie człowieka, podporządkowują sobie jego organizację i wypełniając różne czynności swą medialną treścią, w konsekwencji powodują, że życie społeczne jednostki staje się „imitacją ekranu”<sup>58</sup>. Powstaje tzw. **kultura upozorowana**, w której rzeczywistość społeczna miesza się z tym, co jest definiowane przez media. „Dostarczony w starannie przygotowanych pigułkach cały ten wspaniały świat (miłość, nienawiść, sława, bogactwo, podróże i egzotyka) splata się z emocjami i marzeniami widzów w jedno wielkie upozorowanie”<sup>59</sup>. Medialna hiperrzeczywistość<sup>60</sup>, chociaż upozorowana, zaspokaja wiele potrzeb swoich odbiorców, zainteresowań, zwłaszcza poznawczych, pozwala oderwać się od trudnych problemów dnia codziennego, kompensując jego braki, niedogodności, brak perspektyw<sup>61</sup>.

Nowe technologie informacyjne zapewniają swobodę w upowszechnianiu informacji i porozumiewaniu się bez ograniczeń przestrzennych i czasowych, kreując tym samym własny **medialny świat**. Specyfikę tego „świata” charakteryzuje<sup>62</sup>:

- olbrzymia zmienność lansowanych obrazów, wzorów zachowań, opinii, poglądów;
- współzawodnictwo w zdobywaniu jak największej liczby użytkowników;
- zróżnicowanie wychowawcze programów, różna wymowa moralno-społeczna;
- atrakcyjność przekazów medialnych;
- konkurencyjność w stosunku do świata realnego;
- ambiwalentny obraz świata: beztroski, pełen bogactwa, sukcesów, perspektyw rozwojowych, ale także wojen, chaosu, biedy, konfliktów międzyludzkich, terroryzmu, kataklizmów;
- posługiwanie się prezentacjami audiowizualnymi, prezentacją ikoniczną, symboliczną;
- interaktywność nowych mediów;
- duże skróty myślowe, spłykanie problemów ważnych, złożonych, trudnych;
- natłok informacyjny, inwazja bardzo zróżnicowanych w swej wymowie treści, „szum informacyjny”;
- inspirowanie, umożliwianie kreowania własnej osobowości odbiorcy.

<sup>58</sup> Z. Melosik, *Mass media, edukacja i przemiany kultury współczesnej*, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1.

<sup>59</sup> Tamże.

<sup>60</sup> Z. Melosik, *Postmodernistyczne kontrowersje wokół edukacji*, Poznań 1995; D. Hebdige, *A Report on the Western Front. Postmodernism and the „politics” of style*, (w:) Ch. Jenks (red.), *Cultural Reproduction*, London 1993.

<sup>61</sup> Szerzej w B. Łaciak (red.), *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, Warszawa 2003; S. Juszczak, I. Polewczyk (red.), *Media wobec wielorakich potrzeb dziecka*, Toruń 2006.

<sup>62</sup> P. Kołak, *Manipulatory masowej wyobraźni*, (w:) J. Marszałek-Kawa, *Współczesne oblicza mediów*, Toruń 2005.

Niekoherentność świata medialnego, jego sfragmentaryzowanie i ambiwalencja, narzucają odbiorcy określony sposób recepcji treści przekazów medialnych. Jednakże rzeczywiste skutki relacji człowiek-media zależą w olbrzymim stopniu od tego, jak jednostka korzysta z mediów, jakie ma kompetencje medialne związane z aktywnym, krytycznym odbiorem, jakie ma umiejętności rozumienia i interpretacji treści, nadawania znaczeń określonym zjawiskom. Wymienione cechy kompetencji medialnych człowieka stanowią zarazem warunek pełnego uczestnictwa jednostki w kulturze audiowizualnej.

### 2.2.1. Media elektroniczne i multimedia – fundament cywilizacji medialnej i medialnego społeczeństwa

Słowo **media** wywodzi się od łacińskiego wyrażenia *medium* i oznacza środek, urządzenie, pośrednik łączący nadawcę z odbiorcą, przenoszący informacje, komunikaty. Można zatem definiować je jako wszelkie środki lub pośredniki służące przekazywaniu informacji od nadawcy do odbiorcy<sup>63</sup>. W terminologii stosowanej na świecie, a ostatnio coraz powszechniej w Polsce, terminu „media” używa się jako pojęcia globalnego, obejmującego swym zasięgiem zarówno środki dydaktyczne, jak i środki masowego przekazu. Pośrednikami mogą być zatem materiały drukowane, nagrane, projekcyjne, fotografie, audycje radiowe, programy telewizyjne, komputerowe.

W języku polskim dla określenia środków takich, jak: książka, gazety, czasopisma, radio, telewizja, wideo przyjęto w literaturze naukowej<sup>64</sup> i w języku potocznym terminy: środki masowego przekazu, środki masowej informacji, środki komunikowania masowego, masowe środki oddziaływania społecznego, a od lat 80. mass media. Termin „mass media” powstał w Stanach Zjednoczonych w latach 40. XX wieku, aby podkreślić główną ich cechę – masowość przekazu informacji oraz masowość odbioru. Charakterystyczną cechą mass mediów jest to, że przenoszą one treści, informacje masowemu odbiorcy przez komunikaty pośrednie. Podstawowym elektronicznym mass medium jest telewizja (grec. *tele* – daleko, łac. *visio* – widzenie). Badacze nowojorscy<sup>65</sup> wyróżniają trzy kategorie mass mediów: media prasowe (*press media*), do których zaliczono książki, prasę codzienną, tygodniki, miesięczniki, a także inne formy rozpowszechniania informacji za pomocą druku, media elektroniczne (*electronic media*) takie, jak radio, telewizja, fonografia oraz media filmowe (*film media*), czyli film fabularny, fotografia.

<sup>63</sup> W. Strykowski, *Media w edukacji; kierunki prac badawczych*, „Edukacja Medialna” 1998, nr 2, s. 4.

<sup>64</sup> M. Filipiak (red.), *Socjologia kultury. Zarys zagadnień*, Lublin 1996.

<sup>65</sup> M.in. J. Merrill, J. Lee, W. Friedlander, *Modern Mass Media*, New York 1990.

Osobną kategorią nowych mediów (nieobecną wśród wyżej przytoczonych), łączącą w sobie trzy poprzednie, są **multimedia**. Termin ten odnosi się do wszystkich środków komunikowania, które wykorzystują elektronikę, a zwłaszcza układy scalone oraz cyfrowe kodowanie sygnału utrwalającego i transmitującego informację. Wyrażenie „multimedia” określa integrację różnorodnych mediów wykorzystujących komputer albo specjalne urządzenia odtwarzające<sup>66</sup>.

Znamienną cechą multimediiów, jednocześnie różniącą je od innych mediów, jest **interaktywność**, czyli możliwość dwukierunkowej relacji: człowiek-medium, medium-człowiek. Ich cechą charakterystyczną jest również ciągłe i szybkie doskonalenie parametrów, miniaturyzacja i standaryzacja<sup>67</sup>. Ciągły postęp w tej dziedzinie w sposób zdecydowany, nowy i wszechstronny określa wysoki poziom przetwarzania i prezentacji informacji. **Komputer**, który dawniej oznaczał bardzo sprawną i szybką maszynę matematyczną, dziś jest urządzeniem elektronicznym przeznaczonym do automatycznego przetwarzania informacji według zadanych algorytmów<sup>68</sup>. Współcześnie komputer jest więc „instrumentem, który pozwala używać i porządkować każdą wiedzę, pomocnym przy planowaniu, tworzeniu, zbieraniu, wnioskowaniu, magazynowaniu, przedstawianiu oraz analizowaniu informacji”<sup>69</sup>. Do tej grupy form komunikacyjnych i rozrywkowych zalicza się również **Internet**, który różni się od innych multimediiów opartych na trybie pracy offline, trybem online<sup>70</sup>. Informacje uzyskiwane za pośrednictwem tego medium, użytkownik może natychmiast odtworzyć, a dysponując odpowiednim oprogramowaniem, wpływać na sposób ich prezentacji<sup>71</sup>. „Natychmiastowość” multimediiów projektuje zachowania odbiorcze według modelu „poszukiwacza i kolekcjonera wrażeń i doświadczeń”. Wymienione typy nastawień odbiorczych są według Tadeusza Miczki wiodącymi zachowaniami ludzi w XXI wieku<sup>72</sup>,

<sup>66</sup> S. Juszczak, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia (o problemach tworzącego się społeczeństwa informacyjnego)*, Katowice 2000; S. Juszczak, *Komunikacja człowieka z mediami*, Katowice 1998; W. Skrzydlewski, *Media – narzędzia intelektualne*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1997.

<sup>67</sup> T. Goban-Klas, *Telekomunikacja i nowe media*, (w:) L.W. Zacher (red.), *Problemy społeczeństwa informacyjnego. Elementy analizy, ewaluacji i prognozy*, Warszawa 1997, s. 138–139; także definiowanie nowych mediów w M. Hopfinger (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Warszawa 2002.

<sup>68</sup> T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005, s. 130–131.

<sup>69</sup> Tamże, s. 132.

<sup>70</sup> D. Monet, *Multimedia*, Katowice 1999; B. Steinbrink, *Multimedia. U progu technologii XXI wieku*, Wrocław 1993; B. Siemieniecki, T. Lewowicki (red.), *Współczesna technologia informacyjna i edukacja medialna*, Toruń 2004; B. Siemieniecki (red.), *Technologia informacyjna w polskiej edukacji*, Toruń 2002; B. Siemieniecki (red.), *Komputery i hipermedia w procesie edukacji dorosłych*, Toruń 1999; S. Juszczak, (red.), *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, Toruń 2002; S. Juszczak (red.), *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia...*, dz. cyt.; S. Juszczak, *Komunikacja człowieka z mediami*, Katowice 1998.

<sup>71</sup> J. Przybysz, J. Sauś, *Kultura multimedialna i cybernetyczna jako formy współczesnej komunikacji społecznej*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria – praktyka – oddziaływanie*, Olsztyn 2003.

<sup>72</sup> T. Miczka, *Multimedia – oczywistości i domysły. Szkic o estetycznej przygodności nowych mediów*, (w:) K. Wilkoszewska (red.), *Estetyka a nowe media*, Kraków 1999.



zaś multimedia wykorzystywane są do produkcji wieloznaczności, do zacierania różnic między społeczeństwami, do tworzenia globalnej tożsamości. Co prawda ułatwiają one życie odbiorcy, ale prowadzą również do kształtowania określonych stereotypów myślowych, przekonań o wartościach i postawach.

Obok terminu „multimedia” pojawiło się pojęcie **hipermedia** (*hiper* – poza). W kontekście systemu komputerowego pojęcie to wskazuje na możliwość wyjścia poza dwuwymiarowość, dodanie trzeciego wymiaru – głębokości. „Zwykle multimedia pozwalają użytkownikowi poruszać się do przodu i do tyłu w przeglądany programie (w sposób liniowy), podczas gdy hipermedia umożliwiają także przemieszczanie się w bok (w sposób nieliniowy)”<sup>73</sup>. Stanisław Juszczyk pisze, że różnica pomiędzy multimediami i hipermediami leży właśnie w poziomie możliwości interakcyjności<sup>74</sup>.

W opracowaniu posługuję się terminem „nowe media” dla określenia środków służących komunikowaniu się, które wykorzystują elektronikę, układy scalone, cyfrowe kodowanie sygnałów. Przykładem nowych mediów są media elektroniczne (telewizja, radio) oraz multimedia (komputer, Internet).

### 2.2.2. Co media robią z ludźmi – co ludzie robią z mediami?

#### Wybrane teorie mediów elektronicznych

Analiza wielorakiego wpływu mediów, ich selektywna recepcja przez odbiorcę oraz fakt zróżnicowanej skuteczności doprowadziły do sformułowania wielu teorii, w których usiłuje się wyjaśnić naturę tego wpływu oraz określić mechanizmy, czynniki, które warunkują przebieg i skutki tego procesu<sup>75</sup>. Powstało w związku z tym wiele bardzo różnych teorii dotyczących mediów elektronicznych, wyjaśniających relacje, jakie zachodzą między człowiekiem a mediami, umożliwiających ich poznawanie, zrozumienie, wskazujących na istotę każdego z mediów, na ich specyficzne cechy, właściwości. Teoretycznych przesłanek dla wyjaśnienia relacji media – człowiek dostarczały przez wiele lat dwa odmienne kierunki psychologiczne<sup>76</sup>. Były to szkoły behawioryzmu oraz psychoanalizy (w tym teoria katharsis).

<sup>73</sup> S. Juszczyk, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia...*, dz. cyt., s. 34.

<sup>74</sup> Z podobnymi stanowiskami polemizuje Tadeusz Miczka, który nie uwzględnia rozróżnienia nowych mediów na multimedia i hipermedia, ponieważ na skutek ekspansji hipertekstów, intertekstualności, intermedialności i nowych rodzajów sieci, zacierają się granice między nimi; patrz T. Miczka, *Multimedia – oczywistości i domysły. Szkic o estetycznej przygodności nowych mediów*, (w:) K. Wilkoszewska (red.), *Estetyka a nowe media*, dz. cyt.

<sup>75</sup> A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998.

<sup>76</sup> J. Izdebska, *Rola mass mediów w kształtowaniu przez dziecko obrazu świata*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, dz. cyt.



Teorie oparte na **psychologii behawioralnej**, w swoim klasycznym ujęciu B→R, zakładały, że treści płynące z telewizji, tworząc system bodźców, wywołują u odbiorcy określone reakcje. Sztandarowym podejściem w tym obszarze jest paradygmat wpływu mass mediów (w prostej linii wywodzi się on z teorii wszechmocy mediów), który przyznaje środkom przekazu status autonomicznej siły społeczno-kulturowej, wywierającej przemożny wpływ na życie społeczne, postawy, kulturę. Centralne pytanie w tym obszarze analizy dotyczy zbadania, co telewizja i inne media robią z odbiorcą. Z kolei **teorie psychoanalityczne** (zwłaszcza teoria katharsis i marzeń zastępczych) zawierały przekonanie, że treści negatywne przekazów medialnych mają pozytywny wpływ na odbiorcę. Wskazują one, że oglądanie obrazów przemocy obniża poziom lęku, wycisza i uwalnia dziecko od zachowań agresywnych, ma wpływ oczyszczający, redukujący popędy agresywne. Oba te kierunki, jak wynika z ustaleń, mają różne teoretyczne pochodzenie, odmienne koncepcje na temat dziecka i jego rozwoju, a co za tym idzie nie doceniają w pełni społeczno-kulturowych, środowiskowych uwarunkowań, w których bierze się pod uwagę korzystanie z mediów<sup>77</sup>. Badania oparte na teoriach klasycznych umożliwiły poznawanie wpływu, oddziaływania mediów na odbiorców<sup>78</sup>. Pytania dotyczyły tego, **co środki masowego przekazu robią z ludźmi**, jak ich kształtują, jaka jest efektywność oddziaływania mediów, jakie funkcje pełnią.

W latach 40. XX w., jeden z prekursorów amerykańskich badań eksperymentalnych w dziedzinie psychologii społecznej, Carl Iver Hovland, zapoczątkował badania, których zapleczem teoretycznym była poznawcza koncepcja człowieka, poznawcza orientacja osobowości. Od lat 60. orientacja ta stała się dominującą teorią w badaniach nad komunikowaniem masowym i obecnie uchodzi za najlepsze oparcie dla studiów nad psychologiczną stroną działalności mediów<sup>79</sup>. We wspomnianym nurcie teorii mieszczą się m.in. teoria rozwoju psychicznego (Jean Piaget), społeczno-kulturowa teoria rozwoju poznawczego (Lew Wygotski) oraz społeczna teoria poznawcza (Albert Bandura). Wymienione teorie określane mianem **teorii poznawczo-rozwojowych** prezentują bardziej pełne podejście związane z wyjaśnieniem relacji media – człowiek. Mówią one, że jednostka przechodząc przez poszczególne stadia rozwojowe (stadium inteligencji sensomotorycznej, myślenia operacyjnego, operacji konkretnych,

<sup>77</sup> J. Izdebska (red.), *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym. Wybrane zagadnienia i źródła z pedagogiki społecznej*, Białystok 2003.

<sup>78</sup> J. Koblewska, *Środki masowego oddziaływania: problemy społeczne, wychowawcze i propagandowe*, Warszawa 1972; J. Koblewska, *Szkoła i środki masowego oddziaływania*, Warszawa 1967; J. Komorowska, *Telewizja w życiu dzieci i młodzieży: studium telewizji wśród uczniów szkoły podstawowej w mieście przemysłowym „N”*, Łódź-Warszawa 1964; J. Kubin, J. Komorowska, *Czy telewizja wychowuje?*, Warszawa 1969; J. Kubin, *Radio i wychowanie*, Warszawa 1964, J. Kubin, *Radio i wychowanie*, Warszawa 1964; J. Kubin (oprac.), *Rola prasy, radia i telewizji: przegląd badań zagranicznych*, Kraków 1963; L. Leja (red.), *Z badań nad telewizją dydaktyczną*, Poznań 1977; L. Leja, *Techniczne środki dydaktyczne*, Warszawa 1978.

<sup>79</sup> M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem – człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991.

operacji formalnych), zdobywa i przetwarza informacje, podejmuje interakcje z otaczającym ją światem i tą drogą zdobywa doświadczenia społeczne, poznawcze, poznaje normy kultury. Informacje stają się materiałem rozwojowym, na którym dokonywane są różne operacje: porządkowanie, strukturyzowanie wiedzy.

U podstaw **teorii rozwoju psychicznego** szwajcarskiego psychologa Piageta<sup>80</sup> leży stwierdzenie o konstruowalności systemu wiedzy. Człowiek gromadząc i przekształcając materiał poznawczy, włącza go drogą asymilacji lub akomodacji do określonych struktur poznawczych, działaniowych. Zadaniem więc rodzinnego środowiska wychowawczego jest kreowanie warunków, tworzenie możliwości samodzielnego konstruowania wiedzy przez dziecko w trakcie zdobywania własnych doświadczeń. Obecnie większość materiału poznawczego gromadzonego przez dziecko pochodzi z przestrzeni medialnej. Dlatego też uwzględniając i wykorzystując możliwości technologii multimedialnych, należy tworzyć środowisko uczenia się wspierające dziecko w zdobywaniu nowych doświadczeń, w budowaniu własnej wiedzy, własnych schematów poznawczych<sup>81</sup>.

**Spółeczno-kulturowa teoria rozwoju poznawczego** opracowana przez rosyjskiego pedagoga i psychologa Wygotskiego<sup>82</sup> wskazuje dodatkowo na rolę kultury w rozwoju dziecka, na rolę rodziców, nauczycieli w procesie kształtowania operacji przetwarzania zdobywanej wiedzy, również podczas odbioru treści programów medialnych. Znaczącą rolę w procesie uczenia się przypisuje on działaniom praktycznym dziecka związanym z używaniem języka w komunikacji interpersonalnej. Nie mniej ważnym czynnikiem rozwoju indywidualnego człowieka jest kultura. Pogląd ten stał się istotnym elementem teorii kognitywistycznej. Uwzględniając założenia wspomnianej teorii, pedagogika powinna wychodzić od podmiotu działań pedagogicznych, jakim jest człowiek. Z tego też względu kreowanie efektywnych programów uczenia się z wykorzystaniem współczesnych mediów elektronicznych, multimediiów, sieci, wymaga uwzględnienia procesów kognitywnych, tj. emocji i intencji, zdolności osób uczących się, sposobów i stylów uczenia się.

Scharakteryzowane teorie kierują zainteresowanie na zagadnienia dotyczące doświadczeń odbiorcy, których źródłem są media. W tej orientacji istotne jest pytanie o to, **co jednostka robi z mediami**, co wybiera, jak z nich korzysta, jakie czerpie korzyści. Ważne jest pytanie o to, jaką pozycję zajmuje człowiek jako podmiot w tym procesie, jaką odgrywa rolę w świecie mediów i kreowanej przez nie kulturze audiowizualnej. Ten obszar jest związany z badaniem zagadnień, które dotyczą

<sup>80</sup> B. J. Wadsworth, *Teoria Piageta. Poznawczy i emocjonalny rozwój dziecka*, Warszawa 1998; J. Piaget, *The development of thought: Equilibrium of cognitive structures*, New York 1977.

<sup>81</sup> S. Juszczak, *Konstruktywistyczne i kognitywistyczne koncepcje nauczania wspomaganego komputerem oraz uczenia się z wykorzystaniem Internetu*, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1.

<sup>82</sup> L. Wygotski, *Myślenie i mowa*, Warszawa 1989.

korzystania z mediów, motywów odbioru, potrzeb medialnych, doświadczeń zdobywanych w kontaktach medialnych, doznawanych przeżyć<sup>83</sup>.

W związku z tym uzasadnione jest rozpatrywanie interesujących mnie zagadnień w przestrzeni problematyki, która wiąże się z umiarkowanym stanowiskiem w krytyce i obronie mass mediów<sup>84</sup>, tj. takim, które nie interpretuje współczesnych mediów jako wszechpotężnych i wszechwładnych w swym oddziaływaniu na odbiorcę, ale traktuje publiczność jako zbiorowość aktywną, która korzysta w sposób celowy i świadomy z przekazów medialnych. Podejście „co jednostka robi z mediami” przeciwstawia się teoriom behawioralnym, a wynika z założeń pedagogiki i psychologii humanistycznej<sup>85</sup>.

Jedną z nowszych teorii komunikowania masowego uwzględniających pytanie o to, „co jednostka robi z mediami”, jest **teoria użytkowania i korzyści**<sup>86</sup>. Istota wspomnianej teorii zawiera się w formule stwierdzającej, że społeczne i psychologiczne źródła potrzeb, które rodzą oczekiwania wobec mediów, prowadzą do różnych sposobów korzystania z mediów, przynoszących zaspokojenie potrzeb oraz inne (przeważnie niezamierzone<sup>87</sup>) konsekwencje<sup>88</sup>. W myśl tej koncepcji odbiorcy nie są pasywnym, bezwolnym obiektem oddziaływania mediów, którym one manipulują wedle własnego uznania i interesu, ale że to raczej media są instrumentem w rękach aktywnych, świadomych swoich dążeń odbiorców, którzy użytkują je w celu zaspokojenia określonych potrzeb, czerpiąc stąd określone korzyści<sup>89</sup>. Teoria ta opiera się więc na przekonaniu, że publiczność ma pewien zbiór potrzeb, których spełnienia poszukuje w mediach. Publiczność jako odbiorca komunikatu jest „przynajmniej tak samo aktywna jak nadawca (...), zaś przekaz jest tym, co wyniesie

<sup>83</sup> B. Kołtun, *Teoria „użytkowania i korzyści” – fazy rozwoju, podstawowe założenia*, (w:) B. Dobek-Ostrowska (red.), *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, Wrocław 2001.

<sup>84</sup> J. Gajda, *Kulturotwórcze i edukacyjne funkcje mass mediów*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 2000.

<sup>85</sup> Zob. J. Gajda, *Media w edukacji*, Kraków 2000; T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 1999; W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1997 (1998, 2000, 2002); S. Juszczak, *Komunikacja człowieka z mediami*, Katowice 1998; M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991; J. Mikułowski-Pomorski, *Badanie masowego komunikowania*, Warszawa 1980; J. Izdebska, *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym*, Białystok 2003.

<sup>86</sup> W polskiej literaturze naukowej spotkać można kilka tłumaczeń *uses and gratifications*: „korzyść i satysfakcja” oraz „użytkowanie i korzyść” (M. Filipiak, *Homo communicans*, Lublin 2004); „korzystanie i satysfakcja” (T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, dz. cyt.); „teoria użytkowania i korzyści” (J. Gajda, *Media w edukacji*, Kraków 2005).

<sup>87</sup> „Zasada »użytkowania i korzyści« ma wiele plusów, ale też minusy. Szczególnie ostro minusy widoczne są w odniesieniu do komputera. Jeśli mass media (prasa, telewizja, film) kierują się określonymi zasadami gwarantującymi jakość przekazu, przekaz internetowy jest w pełni niekontrolowany” za: G. Penkowska, *Komputer i wolność*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, dz. cyt.

<sup>88</sup> D. McQuail, 1981; za: M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mediów*, Warszawa 1991.

<sup>89</sup> E. Katz, J.G. Blumer, M. Gurevitch, *Przyszłość badań użytkowania i korzyści*, „Przekazy i Opinie” 1987, nr 3–4; M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mediów*, Warszawa 1991, s. 245.

z niej publiczność, a nie tym co leży w intencjach nadawcy”<sup>90</sup>. Publiczność nie jest więc pasywnym odbiorcą żadnego z mediów, wręcz przeciwnie – wybiera i korzysta w odpowiedni dla siebie sposób z treści odbieranych programów.

W świetle założeń tego podejścia odbiorcy mają pełną swobodę w wyborze mediów i programów, które najlepiej zaspokajają ich potrzeby, z zaznaczeniem, że media nie są jedynym źródłem zaspokajania potrzeb. Uwzględnić również należy wpływ innych uwarunkowań towarzyszących relacjom człowiek – media. Co więcej ludzie są (lub mogą być) świadomi kierujących nimi motywów korzystania z mediów. Z tego też względu należy wstrzymać się z oceną wartości kulturowego znaczenia mediów. Teoria użytkowania i korzyści sugeruje więc ewolucję społeczeństw w zakresie poczucia własnej tożsamości, oraz ukształtowania nowych potrzeb gatunku ludzkiego. Potrzeby te mogą być zaspokajane przez media i są nierozzerwalnie związane z życiową aktywnością współczesnego człowieka. Centralną kategorią w paradygmacie wykorzystania mediów są więc nie tyle skutki komunikowania, co raczej potrzeby, motywy, cele, jakimi kierują się odbiorcy oraz korzyści, jakie czerpią z obcowania z mediami. Denis McQuail<sup>91</sup> dostrzega, że ludzie poszukują w mediach nie tyle informacji, ile doświadczeń o określonej treści, i przeżywają je, a nie jedynie interpretują lub wykorzystują dla jakichś konkretnych celów (np. w postaci wzbogacenia wiedzy, poszerzenia umiejętności, potwierdzenia lub zmiany przyzwyczajzeń, redukcji stresu i napięcia, intensyfikacji doznań, naśladowania wzorów, identyfikowania się z innymi, nawiązania kontaktu społecznego)<sup>92</sup>.

W tej perspektywie teoretycznej mieści się również **teoria socjalizacyjnej funkcji mediów**. Oparta jest ona na założeniu mówiącym o znaczącej roli mediów w socjalizacji dzieci i młodzieży, w procesie uczenia się przez nich bycia członkiem społeczeństwa<sup>93</sup>. Koncepcja ta wskazuje na potrzebę analizy: czasu przeznaczanego mediom, częstotliwości korzystania z poszczególnych przekazów medialnych, ról społecznych pełnionych w procesie komunikowania, motywów wyboru programów, oceny wiarygodności nadawcy, stosunku odbiorcy do treści przekazów. Prowadzenie zatem badań dotyczących korzystania z mediów musi być realizowane w kontekście życia codziennego i relacji społecznych użytkowników mediów.

**Podejście „użytkowania i korzyści” jest aktualnie jednym z wiodących nurtów badań nad mediami. Teoria ta, mimo że wprowadziła zasadniczą rewizję poglądów na temat mechanizmów odbioru i roli odbiorców, to jednak nie obaliła**

<sup>90</sup> J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 1999, s. 189–190.

<sup>91</sup> D. McQuail, *Patrząc wstecz. Refleksje nad badaniami „użytkowania i korzyści”*, „Przekazy i Opinie”, nr 3–4/1987, s. 96–117.

<sup>92</sup> D. Kubicka, *Medialny świat – intermezzo codzienności*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.

<sup>93</sup> J. Gajda, *Media w edukacji*, dz. cyt.

twierdzenia o ogromnych możliwościach oddziaływania mediów na człowieka<sup>94</sup>. Z tego też względu zauważalna jest coraz wyraźniejsza komplementarność badań nad oddziaływaniem mediów na odbiorcę i nad wykorzystaniem mediów przez odbiorcę.

### 2.3. Uczestnictwo w kulturze – perspektywa teoretyczna

**Aktywność kulturalna** (z łac. *actus, agere* – czyn, działać, czynność, działanie; ang. *culture activity*, fr. *culture activité*, niem. *Kulturtätig*, ros. *kulturnaja aktivnost*) ujmowana jest jako samodzielne bądź inspirowane kontaktowanie się pojedynczych osób i grup ludzkich z określonymi wartościami i twórczym kultury oraz sztuki<sup>95</sup>. Wraz z takimi kategoriami, jak **uczestnictwo w kulturze**, **uczestnictwo kulturalne**<sup>96</sup>, **życie kulturalne**<sup>97</sup>, obecne są w opisach i wyjaśnianiu zjawisk związanych z partycypacją człowieka w danej kulturze i stanowią podstawowe intelektualne instrumenty wszelkiej psychologicznej, socjologicznej, etnologicznej i pedagogicznej analizy życia kulturalnego grup społecznych<sup>98</sup>. Pojęcia te nie odnoszą się jedynie do treści tych działań, ale obejmują też określone, właściwe dla niej sytuacje, środki i formy<sup>99</sup>. Synonimiczność wymienionych pojęć w literaturze naukowej utrzymuje się od lat 80. XX wieku. Wynika to z przekonania, że nie może istnieć uczestnictwo w kulturze bez jakiegokolwiek przejawu aktywności. W kulturze nie można uczestniczyć biernie, ponieważ każde uczestnictwo jest w jakimś stopniu aktywne<sup>100</sup>. Dlatego też zaznaczę, że pojęcie **uczestnictwa w kulturze** traktuję jako tożsame z pojęciami „aktywność kulturalna”, „życie kulturalne”, „uczestnictwo kulturalne”.

W pracach poświęconych problematyce uczestnictwa w kulturze zauważyć można, że sposób interpretacji definicji kultury wyznacza niejako pole definicyjne terminu „uczestnictwo w kulturze”. Przypomnę, że w tej pracy w kontekście kultury audiowizualnej stosuję węższe rozumienie kultury. Odnoszę się do obszaru

<sup>94</sup> J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych – pytania, kierunki badań*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.

<sup>95</sup> T. Aleksander, hasło: *Aktywność kulturalna*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 1, Warszawa 2003, s. 71–74.

<sup>96</sup> Por. A. Tyszka, *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, Warszawa 1971; A. Gładysz, *Uczestnictwo w kulturze*, Katowice 1974; A. Siciński, *Uczestnictwo w kulturze. Obecne dysproporcje i ogólna prognoza przemian*, (w:) *Społeczny rozwój Polski w pracach prognostycznych*; A. Przeclawska, *Zróżnicowanie kulturalne młodzieży a problemy wychowania*, Warszawa 1976.

<sup>97</sup> K. Żygulski (red.), *Życie kulturalne robotników wielkiego przedsiębiorstwa przemysłowego*, Wrocław 1971.

<sup>98</sup> D. Jankowski, *Kultura. Uczestnictwo w kulturze*, (w:) W. Szewczuk (red.), *Encyklopedia psychologii*, Warszawa 1998.

<sup>99</sup> D. Jankowski, *Edukacja wobec zmiany*, Toruń 2004.

<sup>100</sup> F. Znaniecki, *Socjologia wychowania*, t. 1, *Wychowujące społeczeństwo*, Warszawa 1988.



kultury symbolicznej, którą Antonina Kłoskowska wydzieliła z kultury globalnej przez zastosowanie autoteliczności i semiotyczności. W ramach wyróżnionej kultury symbolicznej realizacyjnej zamyka się w zasadzie kultura popularna wraz z audiowizualizacją, będącą dominującą formą jej reprezentacji.

Aktywność kulturalna rozumiana jako „czynności formułowania oraz odbierania i interpretacji wytworów kultury symbolicznej”<sup>101</sup> rozpatrywana może być w trzech podstawowych formach komunikacji międzyludzkiej i organizacji kultury, które w literaturze przedmiotu określone są jako „trzy układy kultury”. Niezależnie od tych układów Kłoskowska wyodrębniła również trzy zakresy zasięgu kultury<sup>102</sup>. Pierwszy zakres wyznaczony jest zasięgiem masowych środków komunikowania – telewizji, radia, filmu, prasy. Jest to najszerszy zasięg kultury, obejmujący wszystkich ludzi niezależnie od ich wykształcenia, wieku, zawodu, miejsca zamieszkania. Drugi zakres obejmuje oddziaływania realizowane przez lekturę książek, czasopism popularnonaukowych i frekwencję kinową. Jest to zakres znacznie węższy od pierwszego, w którego ramach się mieści, a zarazem nie wyklucza uczestnictwa w nim. Trzeci zakres zasięgu kultury jest najwęższy, bo obejmuje najmniejszą liczbę osób o rozwiniętych i bardziej wysublimowanych potrzebach kulturalnych i smaku estetycznym: są to ludzie korzystający z takich instytucji, jak teatr, muzeum, filharmonia, galeria sztuki. Tadeusz Aleksander, nawiązując do koncepcji Kłoskowskiej, proponuje rozumieć „przez uczestnictwo kulturalne (...) udział ludności w poszczególnych zajęciach kulturalno-oświatowych w ramach wymienionych wyżej układów kultury. Termin ten obejmuje szereg czynności i działań określonych niekiedy jako »konsumpcja kulturowa«”<sup>103</sup>. Uczestnictwo w kulturze oznacza tym samym zaangażowanie w sprawy kultury i sztuki<sup>104</sup>, polegające na poznawaniu ich treści, przeżywaniu, przyswajaniu ich sobie, poddawaniu się ich wpływom, a także na odtwarzaniu, przetwarzaniu i tworzeniu nowych wartości w tym zakresie<sup>105</sup>.

W perspektywie uczestnictwa w kulturze audiowizualnej przytoczone stanowiska interpretacyjne nie są satysfakcjonujące. Po pierwsze, zawierają elementy „konsumpcji kulturowej”, co wiąże się z biernością, brakiem wnikliwości w odbierane przekazy, treści, a po drugie dotyczą zbiorowego uczestnictwa w kulturze. Oba wymienione elementy są obce kulturze popularnej – ten typ kultury wymaga od swoich odbiorców krytycyzmu, aktywnego podejścia, indywidualnego

<sup>101</sup> A. Kłoskowska, *Spółeczne ramy kultury*, Warszawa 1972, s. 129.

<sup>102</sup> J. Gajda, *Antropologia kulturowa*, Toruń 2002.

<sup>103</sup> T. Aleksander, *Uwarunkowania uczestnictwa kulturalnego ludności wiejskiej*, Warszawa 1974, s. 9–11.

<sup>104</sup> T. Aleksander, *Uczestnictwo w kulturze jako forma edukacji młodzieży wiejskiej*, (w:) *Z badań nad młodzieżą wiejską. Uczestnictwo kulturalne młodzieży wiejskiej*, Zeszyt XVI, Warszawa 1977.

<sup>105</sup> J. Grad, U. Kaczmarek, *Organizacja i upowszechnianie kultury w Polsce*, Poznań 1996.



nadawania znaczeń, a ponadto uczestnictwo w niej, za pośrednictwem mediów elektronicznych i multimediiów przybiera perspektywę „indywidualizującą lub homocentryczną”<sup>106</sup>.

Odpowiednim stanowiskiem w tym przypadku jest klasyczna teoria uczestnictwa w kulturze opracowana przez Andrzeja Tyszkę. Koncepcję tę można odnaleźć w niemalże wszystkich opracowaniach naukowych osób badających ten problem. O tak dużej popularności i uznaniu tej koncepcji świadczy zapewne całościowe potraktowanie tej problematyki. W niniejszej pracy również znajdzie zastosowanie. Badacz ten, tworząc definicję uczestnictwa w kulturze, zwrócił uwagę na analizę wybranych zjawisk kultury współczesnej z punktu widzenia pojedynczego uczestnika kultury. Zdaniem autora opisanie i określenie szerszych zbiorowości może nastąpić na podstawie typologii jakościowych podobieństw i różnic indywidualnego uczestnictwa kulturalnego. Uczestnictwo w kulturze ujmowane **jako indywidualny udział jednostek** cechuje duża złożoność i zróżnicowanie wynikające z różnych uwarunkowań o charakterze przedmiotowym (sytuacyjnych) i podmiotowym (osobowościowych)<sup>107</sup>. Ta złożoność procesów uczestnictwa w kulturze wynika również ze złożoności zjawisk i treści kulturalnych w obrębie kultury symbolicznej. W takim ujęciu istotne jest to, że komponenty osobowości (psychofizjologiczne oraz społeczne), „uporządkowane w formie określonej struktury świadomości, mogą być pojmowane jako przesłanki ludzkiego działania i rozumienia siebie samego oraz otaczającego świata”<sup>108</sup>. Kultura popularna jest więc tym elementem i wartością egzystencji człowieka i jego środowiska, która ukierunkowuje jego działania, wyznacza codzienne zachowania i styl życia. Uczestnictwo kulturalne w ujęciu Tyszki jest ogniwem zarówno owego „działania”, jak i „rozumienia”. Zdaniem autora uczestnictwo w kulturze jest to „indywidualny udział w zjawiskach kultury, przyswajanie jej treści, używanie jej dóbr, podleganie obowiązującym w niej normom i wzorom, ale także tworzenie nowych jej wartości oraz odtwarzanie i przetwarzanie istniejących”<sup>109</sup>. Aktywność kulturalną należy zatem pojmować jako całościowo traktowany splot percepcji i ekspresji.

Uczestnictwo w kulturze jest aktywnością podmiotową uczestnika, która implikuje doznania intelektualne, emocjonalne, estetyczne, bogacąc doświadczenia, wrażliwość, realizując określoną jakość życia kulturalnego człowieka. Aktywność kulturalna jest więc działaniem ukierunkowanym na wewnątrz poszczególnych osób, na doskonalenie siebie. Ważne jest stwierdzenie Tyszki, że „wpływ kultury pojmowanej jako narzędzie oddziaływania na społeczeństwo i jego członków (...)

<sup>106</sup> A. Tyszka, *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, Warszawa 1971, s. 50.

<sup>107</sup> Tamże.

<sup>108</sup> Tamże, s. 52–53.

<sup>109</sup> Tamże, s. 54.

zależy nie tyle od liczby i rodzaju zachowań odbiorczych lub twórczych, ile od skutków psychospołecznych<sup>110</sup>. W tym też kontekście wszechstronnej i głębokiej analizy, interpretacji pojęcia uczestnictwa w kulturze dokonała na gruncie pedagogiki Anna Przećławska. Ujmuje ona uczestnictwo w kulturze **jako proces komunikowania społecznego**, „które przekazuje system symbolicznych znaczeń i przypisywanych im wartości obowiązujących w danym kręgu kulturowym i ułatwiającym wzajemne porozumienie”<sup>111</sup>. Co więcej, takie ujęcie aktywności kulturalnej, podnosi ją do rangi istotnego ogniwa w procesie **rozwoju kulturalnego człowieka**. Oczywiście efekt tak pojętego rozwoju, zależy od poziomu rozwoju umysłowego i społecznego odbiorcy<sup>112</sup>. Niewątpliwie jednak jest to proces, który można doskonalić i wspomagać przez działania edukacyjno-wychowawcze.

Przećławska, dokonując analizy terminu uczestnictwa w kulturze, poczyniła również bardzo ważne, przełomowe ustalenia natury metodologicznej. Autorka przełożyła niejako analizowaną kategorię pojęciową na język konkretnych wskaźników, nadając tym samym pojęciu uczestnictwa w kulturze charakter operacyjny. Jej zdaniem na proces uczestnictwa w kulturze składają się następujące elementy: 1) ilość i rodzaj kontaktów kulturowych; 2) nasilenie (częstotliwość) kontaktów kulturowych; 3) motywy podejmowania kontaktu; 4) recepcja treści przekazywanych kontaktami kulturowymi; 5) efekty kontaktów kulturowych (rozbudzone potrzeby, rozwijane zainteresowania, zmiany w systemie wartości, pobudzone zachowania i podjęte działania, ukształtowane wzory zachowań kulturowych)<sup>113</sup>. Zaznaczyć trzeba, że przez kontakty kulturowe należy rozumieć za autorką „zetknięcie jednostki z treściami kultury (...) bez względu na intencje uczestnika, motywy, które nim kierują”<sup>114</sup>. Do tego typu kontaktów dochodzi więc w instytucjach upowszechniania kultury, może wystąpić w trakcie bezpośrednich, międzyludzkich interakcji, a także podczas korzystania z mediów elektronicznych i multimedialnych. Istotne w kontaktach kulturowych jest przede wszystkim wytwarzanie osobistych wartości, dokonywanie interpretacji, indywidualnego nadawania znaczeń<sup>115</sup>. Uczestnictwo w kulturze **w perspektywie humanistycznej** wymaga osobistego poznania, zrozumienia i przeżywania kultury (zarówno jej dziedzictwa, jak też kultury aktualnej). Jest zatem procesem o dużej doniosłości ze względu na aktywny stosunek

<sup>110</sup> Tamże, s. 96.

<sup>111</sup> A. Przećławska, *Zróżnicowanie kulturalne młodzieży a problemy wychowania*, Warszawa 1976, s.17.

<sup>112</sup> Por. tamże; A. Siciński, *Uczestnictwo w kulturze. Obecne dysproporcje i ogólna prognoza przemian*, (w:) *Społeczny rozwój Polski w pracach prognostycznych*; A. Tyszka, *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, Warszawa 1971; A. Pawełczyńska, W. Tomaszewska, *Urbanizacja kultury w Polsce*, Warszawa 1972.

<sup>113</sup> A. Przećławska, *Zróżnicowanie kulturalne młodzieży a problemy wychowania*, Warszawa 1976, s. 21.

<sup>114</sup> Tamże, s. 21.

<sup>115</sup> A. Przećławska, *Młodzież i kultura – próba aktualizacji spojrzenia*, (w:) B. Suchodolski (red.), *Edukacja kulturalna a egzystencja człowieka*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Łódź 1986.

człowieka do dóbr kultury, korzystanie z nich, a także wzbogacanie. Proces ten polega na wielowymiarowym, ciągłym wzbogacaniu człowieka na drodze recepcji treści kultury. Dotyczy to nie tylko kształcenia jego umysłu, lecz także wrażliwości społecznej, emocjonalnej, estetycznej<sup>116</sup>. Ważnym elementem aktywności kulturalnej jest wzbudzanie w człowieku ciekawości świata, wyobraźni, postawy twórczej, a także wprowadzania go w świat wartości uznanych za szczytne ideały i osiągnięcia kultury europejskiej i światowej<sup>117</sup>. Uczestnictwo w kulturze zatem, przez uwewnętrznienie fundamentalnych wartości humanistycznych, sprzyja tworzeniu wartości naczelnych w życiu człowieka, uczy w pewnym sensie, jak żyć<sup>118</sup>. Im więcej różnorodnych funkcji pełni kontakt z kulturą w życiu człowieka, tym pełniejsze jest jego uczestnictwo w kulturze, a co za tym idzie – również jego rozwój<sup>119</sup>.

Poziom aktywności kulturalnej jest wypadkową działania wielu warunkujących go czynników<sup>120</sup>: społecznych, gospodarczych i materialnych. Należą do nich m.in.<sup>121</sup> stopień wykształcenia, poziom kompetencji kulturalnych (umiejętność odczytania kodu kultury, postawa aktywna wobec treści sztuki), dostępność dóbr kultury, rodzaj, pora i rytm wykonywanej pracy zawodowej, warunki ekonomiczne rodziny, atmosfera umysłowa w rodzinie, wyposażenie domu w urządzenia służące aktywności kulturalnej (np. domowe zasoby biblioteczne, sprzęt służący recepcji i odtwarzaniu treści kulturalnych (media elektroniczne, multimedia), tradycje kulturalne środowiska rodzinnego i lokalnego, ilość, struktura oraz pora czasu wolnego – potrzebnego na aktywność kulturalną. Korzystny układ tych czynników powoduje zdynamizowanie aktywności kulturalnej. W przypadku ich niekorzystnego układu, stają się one źródłem redukcji wielu działań kulturalnych pojedynczych osób oraz grup społecznych.

Przyjmuję zatem, że uczestnictwo w kulturze jest to **indywidualny udział człowieka w zjawiskach kultury**, w przyswajaniu jej treści, używaniu jej dóbr, podleganiu obowiązującym w niej normom i wzorom, tworzeniu nowych jej wartości oraz w odtwarzaniu i przetwarzaniu istniejących. Odnoszę je do działań o charakterze intelektualnym, świadomościowym, które polega na ustalaniu odpowiednich sensów działań i obiektów kulturowych, dokonywaniu określonych operacji umysłowych na treściach czy elementach funkcjonującej społecznie wiedzy, tworzącej

<sup>116</sup> I. Wojnar, *Dramat edukacji – szanse i ograniczenia edukacji kulturalnej*, „Oświata i Wychowanie” 1989, nr 36; J. Urbanek, *Uczestnictwo młodzieży akademickiej w kulturze*, Kraków 2002.

<sup>117</sup> D. Jankowski, *Edukacja wobec zmiany*, Toruń 2004.

<sup>118</sup> J. Gajda, *Antropologia kulturowa*, Toruń 2002; D. Jankowski, *Edukacja wobec zmiany*, dz. cyt.

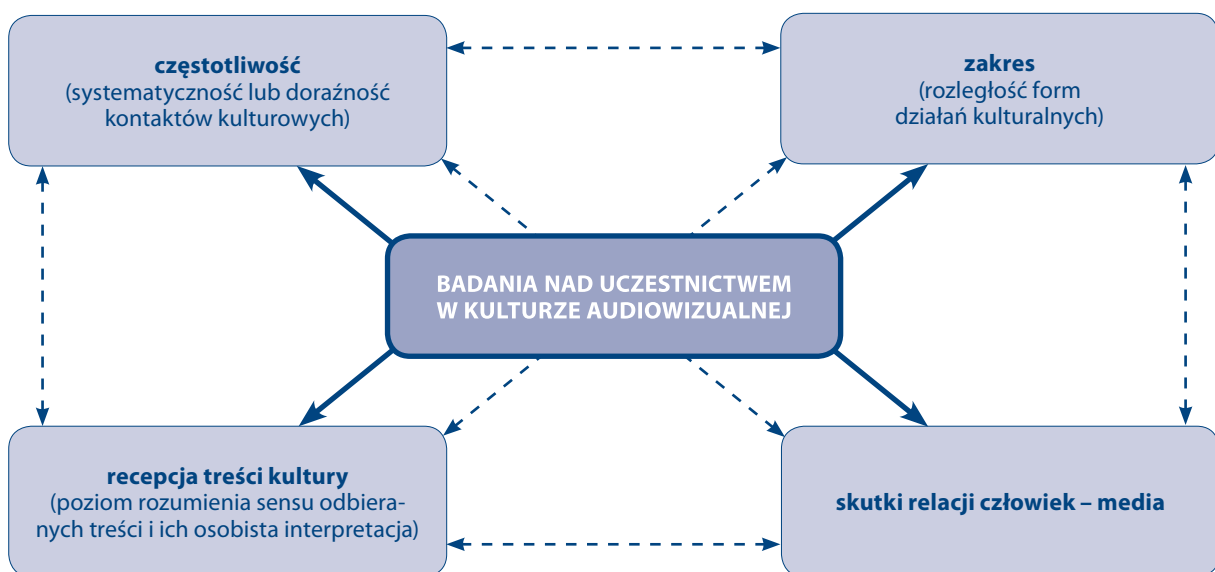
<sup>119</sup> W. Pielasińska (red.), *Style życia i uczestnictwo w kulturze*, t. 1, Warszawa 1989; D. Jankowski, *Kultura. Uczestnictwo w kulturze*, (w:) W. Szewczuk (red.), *Encyklopedia psychologii*, Warszawa 1998; A. Przecławska, *Zróznicowane kulturalne młodzieży a problemy wychowania*, dz. cyt.

<sup>120</sup> D. Jankowski, *Edukacja wobec zmiany*, dz. cyt.

<sup>121</sup> T. Aleksander, hasło: *Aktywność kulturalna*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 1, dz. cyt., s. 71–74.

sferę (uniwersum) kultury<sup>122</sup>. Jest to proces całościowy, a więc swoim zakresem obejmuje zarówno dzieci i młodzież, jak i ludzi dorosłych w wieku aktywności zawodowej, a także seniorów. Uczestnictwo w kulturze audiowizualnej są to czynności formułowania, odbierania i interpretacji wytworów kultury symbolicznej, które realizują się w domu i poza domem, instytucjonalnie i pozainstytucjonalnie, w kontakcie z treściami przekazywanymi bezpośrednio oraz transmitowanymi za pomocą mediów elektronicznych i multimediiów.

Schemat 3. Obszary problematyki badań nad uczestnictwem wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej



Źródło: opracowanie własne

W literaturze przedmiotu dotyczącej problemów uczestnictwa w kulturze, wiele miejsca poświęca się uczestnictwu w kulturze audiowizualnej różnych grup społecznych oraz wpływu poszczególnych mediów (przekazów medialnych) na ich odbiorców. Bardzo mało natomiast badań i opracowań dotyczy mediów w rodzinie, a zwłaszcza w rodzinie wiejskiej. Zauważa się niedostatek badań ukazujących w sposób kompleksowy problematykę różnych aspektów funkcjonowania mediów elektronicznych w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich, zarówno w kontekście korzyści informacyjnych, wychowawczych, kulturowych, ale także w kontekście zagrożeń wynikających z niewłaściwego korzystania z mediów elektronicznych. Sytuacja taka jest inspiracją i zarazem koniecznością podejmowania badań empirycznych związanych z uczestnictwem wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej. Jest to o tyle istotne, że przemiany związane z transformacją systemową ograniczyły działalność lub całkowicie zlikwidowały instytucje

<sup>122</sup>

J. Grad, U. Kaczmarek, *Organizacja i upowszechnianie kultury w Polsce*, Poznań 1996.

kulturalno-oświatowe w środowisku wiejskim. Ich miejsce zajmują media (telewizja, radio, komputer, Internet), które są atrakcyjne, powszechne, zaś dostęp do nich jest łatwy i stosunkowo tani. W coraz większym zakresie warunkują one typ relacji międzypokoleniowych oraz formy uczestnictwa w kulturze wielopokoleniowych rodzin wiejskich – głównie uczestnictwo w kulturze audiowizualnej.

W celu uchwycenia **obrazu** uczestnictwa w kulturze audiowizualnej generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich, uwzględniam następujące elementy składające się na treść pojęcia „obraz” (stanowiące zarazem jego wskaźniki). Są to: 1) zakres uczestnictwa poszczególnych generacji wielopokoleniowej rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej; 2) częstotliwość korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych oraz przekazów medialnych, multimedialnych; 3) funkcje, jakie pełnią media elektroniczne w życiu badanych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich; 4) postrzeganie mediów jako źródła informacji umożliwiających poszczególnym generacjom poznawanie zachodzących przemian i wydarzeń w Polsce, w Europie i na świecie.

Pojęcie **zakresu** interpretuję jako granice występowania jakiegoś faktu, zjawiska, granice zasięgu czegoś, dziedzina, sfera objęta tymi granicami<sup>123</sup>. Przyjmuję, że zakres uczestnictwa w kulturze audiowizualnej trzech generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich jest wyznaczany przez: 1) rodzaj mediów preferowanych przez poszczególne generacje badanych rodzin; 2) budżet czasu wolnego, jakim dysponują badane pokolenia oraz jego część przeznaczana na korzystanie z mediów elektronicznych; 3) pora odbioru (korzystania) z mediów elektronicznych; 4) rodzaj (typ) przekazów medialnych preferowanych przez poszczególne generacje badanych rodzin; 5) tematyka przekazów medialnych, która interesuje badane generacje rodzin wielopokoleniowych; 6) zainteresowania przejawiane przez badane pokolenia rodzin wielopokoleniowych; 7) motywy, które decydują o wyborze określonych mediów elektronicznych oraz określonej tematyki przekazów medialnych jako formy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej; 8) potrzeby kulturalne deklarowane przez badane generacje wielopokoleniowych rodzin wiejskich.

Kategorię pojęciową, jaką jest **częstotliwość**<sup>124</sup> uczestnictwa w kulturze audiowizualnej, definiują takie jej elementy, jak: 1) częstość korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych i określonych typów przekazów przez badane generacje; 2) codzienność bądź odświętność tych kontaktów; 3) ich regularność; 4) ciągłość; 5) intensywność. Wymienione elementy stanowią wskaźniki częstotliwości korzystania przez badane generacje z poszczególnych mediów elektronicznych i określonych typów przekazów.

<sup>123</sup> Słownik współczesnego języka polskiego, 1999, s. 610.

<sup>124</sup> A. Tyszką, *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, dz. cyt., s. 228.

## Rozdział 3

# Audiowizualne doświadczanie świata i jego uwarunkowania

Wspomniałem już wcześniej, że zmiany zachodzące w sferze kultury związane przede wszystkim z rozwojem telewizji, multimediiów „narzuciły” odbiorcom **audiowizualne doświadczenie świata**. Audiowizualność stała się dla współczesnego człowieka podstawą orientacji o ludziach, świecie, środowisku. Kultura audiowizualna kształtuje również nowe oblicze uczestnictwa i inny sposób recepcji kultury niż w kulturze słowa. Podstawową płaszczyznę spontanicznych kontaktów z kulturą stanowi dziś przekaz pośredni, doświadczany za pośrednictwem nowych mediów.

### 3.1. Proces komunikowania przez media elektroniczne i multimedia

Dla określenia procesu wzajemnego oddziaływania na siebie ludzi w literaturze przedmiotu wykorzystywanych jest wiele terminów m.in.: wpływ, oddziaływanie, zależności, stosunki międzyosobowe, relacje, interakcje, związki. Kategoria wpływu jest definiowana jako sytuacja, w której jedna lub więcej osób oddziałuje bezpośrednio na procesy psychiczne i zachowania innych ludzi. Oddziaływanie to może dotyczyć zarówno somatycznej, jak i psychicznej sfery życia człowieka<sup>1</sup>. Pojęciem **relacji** (z łac. *relatio* – stosunek, odnoszenie)<sup>2</sup> w literaturze przedmiotu określa się natomiast stosunek zachodzący między przedmiotami, pojęciami oraz wielkościami. W kontekście procesu komunikowania **relacje** są to określone powiązania zachodzące między ludźmi, przybierające charakter jednokierunkowy lub dwukierunkowy (przyjmuje wówczas postać interakcji)<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> T. M. Newcomb, *Psychologia społeczna: studium interakcji ludzkich*, Warszawa 1970; E. Muszyńska, *Swoboda, przymus, i przemoc w relacjach dziecko – dorosły*, Wrocław 1997.

<sup>2</sup> U. Ostrowska, hasło: *Relacje interpersonalne w edukacji*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 5, Warszawa 2006, s. 179.

<sup>3</sup> E. Muszyńska, *Swoboda, przymus i przemoc w relacjach dziecko – dorosły*, Wrocław 1997; E. Aronson, *Człowiek istota społeczna*, Warszawa 1978; Z. Zaborowski, *Stosunki międzyludzkie*, Wrocław 1976; T. Tomaszewski, *Psychologia*, Warszawa 1995; S. Mika, *Psychologia społeczna*, Warszawa 1981.



**Interakcja** natomiast jest to proces „w którym zachodzi wzajemne oddziaływanie na siebie dwóch lub więcej osób za pośrednictwem zachowań będących zespołami bodźców dla pozostałych uczestników tego procesu”<sup>4</sup>. Istotą interakcji jest wzajemne oddziaływanie, równoczesna psychiczna i behawioralna aktywność poszczególnych osób. Maria Tyszkowa interakcje określa jako „taki rodzaj kontaktu dwu lub większej liczby osób, w jakim stanowią one dla siebie nawzajem (dzięki percepcji partnerów i ich wzajemnego zachowania się) bodźce wpływające na zmiany w zachowaniu”<sup>5</sup>. Interakcja oznacza więc wzajemną wymianę bodźców i relacji między jej partnerami<sup>6</sup>. Specyficzny rodzaj interakcji obecny jest w relacjach wewnątrzrodzinnych. Ma ona postać interakcji wychowawczej, którą stanowi „współdziałanie zespołu wychowawca – wychowanek (lub wychowawca – wychowankowie), służące realizacji procesu wychowania, w którym do zadań wychowawcy należy organizacja i weryfikacja (kontrola) sytuacji wychowawczych, a wychowanek w określony sposób reaguje na nie”<sup>7</sup>. O istocie interakcji stanowi równoczesne, wzajemnie uwarunkowane współwystępowanie psychicznej i behawioralnej aktywności poszczególnych jednostek. Określone interakcje stanowią warunek konieczny aktu komunikowania. Proces przekazywania informacji między partnerami interakcji (osobą nadawcy i osobą odbiorcy) określa kategoria pojęciowa **komunikacji interpersonalnej**<sup>8</sup>. Przejawia się ona w „podejmowaniu w określonym kontekście wymiany werbalnych i niewerbalnych sygnałów (symboli) w celu osiągnięcia lepszego poziomu współdziałania”<sup>9</sup>. Podstawą więc procesu komunikowania się ludzi jest interakcja, czyli wzajemne oddziaływanie na siebie osób, wchodzących we wzajemny kontakt, który może mieć charakter jednorazowy lub długotrwałego procesu<sup>10</sup>.

### 3.1.1. Relacje bezpośrednie: człowiek – człowiek

**Komunikowanie** najczęściej jest rozumiane jako ogół warunków i działań określających sposób organizacji przekazów informacyjnych i udział w tym procesie

<sup>4</sup> A. Wiłkomirska, *Style wychowania – porównanie opinii wychowawców i wychowanków warszawskich domów dziecka*, (w:) A. Przecławska (red.), *Relacje między ludźmi jako przedmiot badań pedagogicznych*, Warszawa 1993, s. 23.

<sup>5</sup> M. Tyszkowa, *Jednostka a rodzina: interakcje, charakterystyka stosunków wzajemnych*, (w:) Z. Tyszkowa (red.), *Rodziny polskie u progu lat dziewięćdziesiątych*, Poznań 1991, s. 138.

<sup>6</sup> S. Mika, *Psychologia społeczna*, Warszawa 1981.

<sup>7</sup> A. Wiłkomirska, *Style wychowania – porównanie opinii wychowawców i wychowanków warszawskich domów dziecka*, (w:) A. Przecławska (red.), *Relacje między ludźmi jako przedmiot badań pedagogicznych*, dz. cyt., s. 24.

<sup>8</sup> Z. Nęcki, *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 1996.

<sup>9</sup> Tamże, s. 109.

<sup>10</sup> E. Wysocka, hasło: *Komunikacja interpersonalna*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 2, Warszawa 2003.

powiązanych ze sobą w określony sposób różnych podmiotów społecznych. Komunikowanie jako proces polegający na przekazywaniu treści kulturowych zakodowanych w formie znaków (symboli) odbywa się w różnych sytuacjach określonych w literaturze przedmiotu mianem układów kultury<sup>11</sup>.

Jedynie pierwszy, najstarszy wśród nich i powszechny w świecie człowieka, bo **oparty na bezpośrednich stycznościach** interpersonalnych, zasługuje w pełni na miano komunikowania się. Sposób komunikowania interpersonalnego oparty na mowie i języku, na relacjach „twarzą w twarz” był i jest podstawową formą porozumiewania się ludzi. Komunikowanie ma charakter dialogowy, ponieważ opiera się na obustronnym przepływie informacji, a więc każdy z uczestników równocześnie koduje i dekoduje znaczenia, słucha i odpowiada<sup>12</sup>. Tylko w takich warunkach mówić można w sposób uzasadniony o realnie możliwej zwrotności jako cesze procesu komunikowania. Zwrotność w kategoriach społecznych – to wzajemność, wymiana komunikatów dzięki możliwości stałej zamiany ról nadawcy i odbiorcy przekazów<sup>13</sup>. Cechą charakterystyczną interakcji<sup>14</sup> bezpośredniej jest współobecność, która oznacza obecność uczestników w miejscu interakcji.

Zdaniem Jerzego Mikułowskiego-Pomorskiego<sup>15</sup>, który komunikację analizuje w kontekście spotkania ludzkiego, celem komunikacji jest osiągnięcie wspólnego zrozumienia, a nie tylko ujmowanie jej jako transmisji treści i znaczeń. Podkreślają to szczególnie mocno autorzy konwergencyjnego modelu komunikacji społecznej<sup>16</sup>, którzy zakładają, że komunikujący dzielą się informacją, dążąc do pełnego zrozumienia (choć nigdy nie będzie ono całkowite). Komunikowanie jest procesem, dzięki któremu uczestnicy poznają się nawzajem. „Jeżeli towarzyszy temu przekaz i jeśli nawet ma on charakter jednokierunkowy, od nadawcy do odbiorcy, to wobec celu tak pojętej komunikacji ma on charakter nie zasadniczy, lecz wspomagający obojętne zrozumienie”<sup>17</sup>. Komunikacja jest to więc proces, w którym uczestnicy tworzą i przekazują sobie informację po to, by osiągnąć wzajemne zrozumienie. W efekcie

<sup>11</sup> A. Kłoskowska, *Społeczne ramy kultury*, Warszawa 1972.

<sup>12</sup> T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005, s. 15.

<sup>13</sup> A. Szumakowicz, *Komunikowanie masowe i komunikowanie medialne. Środki przekazu informacji i formowanie ładu społecznego*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria – praktyka – oddziaływanie*, Olsztyn 2003.

<sup>14</sup> E. Muszyńska, *Swoboda, przymus i przemoc w relacjach dziecko – dorosły*, Wrocław 1997; E. Aronson, *Człowiek istota społeczna*, Warszawa 1996; Z. Zaborowski, *Stosunki międzyludzkie*, Wrocław 1976; T. Tomaszewski, *Psychologia*, Warszawa 1995; S. Mika, *Psychologia społeczna*, Warszawa 1981.

<sup>15</sup> J. Mikułowski-Pomorski, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Kraków 2006.

<sup>16</sup> K. Jakubowicz, *Przekaz, komunikowanie i komunikacja a nowy ład komunikacyjny*, „Przekazy i Opinie” 1983, nr 3–4.

<sup>17</sup> J. Mikułowski-Pomorski, *Od mówcy do rozmówcy. Perswazja czy spotkanie? Rewizja klasycznych modeli komunikacji*, (w:) M. Gierula (red.), *Środki masowego komunikowania a społeczeństwo*, Katowice 2006, s. 13.

tęgo wzajemnego poznania ludzie wiedzą o sobie więcej i są sobie bliscy. Komunikacja tworzy więc ludzką wspólnotę, oznacza dawanie, przekazywanie czegoś po to, aby ludzi łączyć<sup>18</sup>.

Symetria i zwrotność – definicyjne cechy prawdziwej komunikacji – jako wymiany (informacji, doświadczeń, przeżyć itp.) i wzajemnego obustronnego dopasowywania znaczeń komunikatu – są iluzją w komunikacji masowej.

### 3.1.2. Relacje pośrednie: człowiek – mass media

Rozpowszechniające się nowe media globalizują procesy komunikowania. Szybkość przeobrażeń cywilizacyjno-kulturowych osiąga obecnie poziom nigdy wcześniej niespotykany. Podobnie jak rośnie dystans między złożonością świata a naszą zdolnością do sprostania jej<sup>19</sup> (zjawisko luki ludzkiej), podobnie też bezustanny napływ ogromu informacji powodujący tzw. szum informacyjny sprawia trudności w ich przyswojeniu, przeżyciu, zrozumieniu.

Komunikowanie się bezpośrednio między ludźmi zastępuje komunikacja za pomocą telewizji, komputera, przybierając charakter relacji (interakcji) o **charakterze pośrednim**. Przekaz medialny z natury jest jednostronny, sztuczny, wyprodukowany i wyreżyserowany, a także zubożony przez stosowanie publicznych kodów konwencjonalnych<sup>20</sup> o ograniczonym sprzężeniu zwrotnym. Media (z nielicznymi wyjątkami) nie tworzą z odbiorcami rzeczywistych struktur komunikacyjnych, bo takie z reguły wymagają obustronnych wysiłków. Media natomiast konstruują i nadają przekazy w sposób pozorujący dialog, wzbudzający poczucie bliskości i wspólnoty między nadawcami a odbiorcami, tworzą specjalne kanały uczestnictwa czy agendy kontaktów z odbiorcami (np. audiotele) lub rozwijają interaktywne technologie przekazu (np. gry komputerowe).

Interakcja pośrednia wymaga użycia środka technicznego, co umożliwi przekazywanie informacji osobom oddalonym w czasie i przestrzeni. Stwarza to „pewien rodzaj sytuacji społecznej, w której jednostki łączą się ze sobą w procesie komunikowania i wymiany symbolicznej (...) odbiorcy zazwyczaj nie mogą odpowiedzieć nadawcom, mogą jednak wykształcić pewne formy więzi z nimi,

<sup>18</sup> D. Kubicka, *Medialny świat – intermezzo codzienności*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004; A. Szumakowicz, *Komunikowanie masowe i komunikowanie medialne. Środki przekazu informacji i formowanie ładu społecznego*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria – praktyka – oddziaływanie*, dz. cyt.

<sup>19</sup> J. W. Botkin, M. Elmandjra, M. Malitza, *Uczyć się bez granic. Jak zewrzeć lukę ludzką?*, Raport Klubu Rzymskiego, Warszawa 1982.

<sup>20</sup> J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 2003.

jak przyjaźń, uczucie lub lojalność”<sup>21</sup>. W takim znaczeniu można ujmować relacje człowiek – telewizja jako dwukierunkowe, przybierające charakter interakcji. Najczęściej jednak telewizja, wideo, radio tworzą relacje o charakterze jednokierunkowym, ponieważ odbiorca treści nie ma większego wpływu na treść przekazów, formę i sposób jej prezentowania.

### 3.1.3. Relacje interaktywne: człowiek – media elektroniczne, multimedia

Wraz z upowszechnieniem się multimediiów pojawia się zasadniczo nowa sfera wykorzystywania przez człowieka języka oraz znaków symbolicznych, poszerzona o dźwięk i obraz<sup>22</sup>. Jest to konsekwencją konstytutywnych cech współczesnych multimediiów. Możliwości techniczne „nowych mediów” sprawiają, że odbiór potencjalnie masowych przekazów staje się w znacznym stopniu indywidualny, a w konsekwencji zaspokajanie osobistych potrzeb odbiorców jest nieporównywalnie większe niż dotychczas. Alvin Toffler w odmasowieniu mediów masowych dostrzega jeden z najważniejszych atrybutów współczesności. Autor twierdzi, że najrozmaitsze zjawiska mają jedną wspólną cechę – „dzielą masową telewidownię na mniejsze grupy, a każdy taki podział nie tylko zwiększa naszą kulturową różnorodność, ale głęboko podważa potęgę wielkich sieci telewizyjnych, które do chwili obecnej, tak niepodzielnie władały naszą wyobraźnią”<sup>23</sup>. Jest to w istocie konsekwencja wyłaniania się społeczeństwa informacyjnego, w którym stajemy się samodzielnyimi wędrowcami cyberprzestrzeni, stanowiącej w istocie swoistego rodzaju wytwór multimedialnej, opartej na elektronicznych artefaktach, komunikacji społecznej<sup>24</sup>.

Multimedia umożliwiają interaktywny sposób komunikowania się z człowiekiem, rozmowę. Takie szanse stwarza komputer, sieć Internetu, telewizja interaktywna. Relacja dwukierunkowa – **interaktywność**, polega na wzajemnym oddziaływaniu człowieka na przebieg przekazu multimedialnego. Istota przekazu multimedialnego polega na tym, że odbywa się on dzięki infostradzie – sieci łączy światłowodowych – i umożliwia nie tylko dostęp do bogatych i różnorodnych informacji, ale zapewnia interaktywność między człowiekiem a komputerem,

<sup>21</sup> J. B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2006, s. 92.

<sup>22</sup> W. Osmańska-Furmanek, *Komputer jako medium w procesie edukacji całościowej*, (w:) S. Juszczyk (red.), *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, Toruń 2002, s. 132.

<sup>23</sup> A. Toffler, *Trzecia fala*, Warszawa 1986, s. 260.

<sup>24</sup> J. Przybysz, J. Sauś, *Kultura multimedialna i cybernetyczna jako formy współczesnej komunikacji społecznej*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria – praktyka – oddziaływanie*, Olsztyn 2003.

Internetem, osobami i różnymi „miejscami” na świecie<sup>25</sup>. Cechą charakterystyczną relacji, jakie stwarzają multimedia, jest to, że nie tylko użytkownik odpowiada na sygnały komputera, ale również komputer na sygnały ze strony użytkownika. Media elektroniczne umożliwiają porozumiewanie się między ludźmi, ale ma ono zawsze charakter pośredni i różni się zasadniczo od bezpośredniej komunikacji.

Autorytety naukowe zajmujące się „nowymi mediami”, dokonując ich charakterystyki, zwracają uwagę<sup>26</sup>, że **w procesie komunikowania nastąpiło przededefiniowanie ról nadawcy i adresata przekazu**. Nadawca staje się partnerem odbiorcy. „Jego atrakcyjność w tym kontakcie wynika z jego: 1) wizerunku jako osoby, a nie tylko komunikatora; 2) umiejętności komunikacyjnych; 3) uzdolnień empatycznych i umiejętności słuchania innych; 4) wyrazistości i jednoznaczności; 5) związku z określonymi wartościami i etyki; 6) związku z instytucjami”<sup>27</sup>. Z kolei odbiorca jest partnerem nadawcy, jest aktywnym podmiotem w procesie komunikowania. Przez zwiększenie zakresu kontroli odbiorcy nad przebiegiem tego procesu, użytkownik może zmieniać treść informacji, wpływać na ich treść, modyfikować przebieg tego procesu. „Obecnie bycie odbiorcą to posiadanie wiedzy i nastawienie na różnych nadawców, których treści porównuje i ocenia. Jego komunikacyjne partnerstwo nabiera cech osobowych”<sup>28</sup>. Odnosi się to przede wszystkim do dorosłego użytkownika multimediiów, ale także w pewnym wymiarze do dziecka jako podmiotu procesu komunikowania przez media.

Najnowsze generacje mediów pod wpływem procesu digitalizacji otworzyły drogę do nowej jakościowo sytuacji, w której praktycznie każdy akt komunikowania zyskuje cechy interaktywności, indywidualizacji. Interesujące jest, że pojawienie się „nowych mediów” wcale nie wyeliminowało „starych”, a raczej spowodowało ewolucję tradycyjnych środków przekazu, zmieniły się jedynie sfery oddziaływań i proporcje wpływów.

Z tego też względu ustalenie korzyści (funkcji), jakie płyną z używania mediów elektronicznych, określenie rodzaju relacji wewnątrzrodzinnych wpływających na dominujący w rodzinie typ kultury, określenie motywów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej, staje się ważnym wyzwaniem edukacyjnym, zmierzającym do interpretowania współczesnych mediów nie tylko jako nośników komunikacji,

<sup>25</sup> A. Przeclawska, *Przestrzeń życia człowieka. Między perspektywą mikro a makro*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 1998, nr 3; S. Juszczak, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*, Katowice 2000.

<sup>26</sup> K. Jakubowicz, *Czy dziennikarstwo ma przyszłość?*, „Wizja Publiczna” 1998, nr 3; T. Goban-Klas, *Telekomunikacja i nowe media*, (w:) L.W. Zacher (red.), *Problemy społeczeństwa informacyjnego. Elementy analizy, ewaluacji i prognozy*, Warszawa 1997, s. 138–139; M. Hopfinger (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Warszawa 2002.

<sup>27</sup> J. Mikułowski-Pomorski, *Od mówcy do rozmówcy. Perswazja czy spotkanie? Rewizja klasycznych modeli komunikacji*, (w:) M. Gierula (red.), *Środki masowego komunikowania a społeczeństwo*, dz. cyt., s. 25.

<sup>28</sup> Tamże, s. 26.

ale również jako narzędzi, którymi dysponuje człowiek w poznawaniu rzeczywistości<sup>29</sup>, odgrywających w życiu odbiorcy istotną rolę w budowaniu jego wiedzy, opinii o otaczającym świecie, jak również rozumieniu zjawisk i procesów w nim zachodzących.

### **3.2. Czynniki warunkujące skuteczność relacji: człowiek – nowe media. Wybrane modele badań**

Czynniki warunkujące skuteczność relacji człowiek – nowe media tkwią zarówno w samych mediach, w ich użytkownikach, jak i w uwarunkowaniach środowiskowych. Zależności między tymi czynnikami opisują przedstawione modele komunikowania. Zaznaczyć jednak należy, że duże znaczenie w skuteczności oddziaływania mediów odgrywa charakter relacji człowiek – media: interakcyjny bądź jednokierunkowy. Ważną rolę pełnią również cechy indywidualne osoby korzystającej z mediów, a więc uwarunkowania psychiczne, genetyczne, cechy indywidualne oraz zainteresowania jednostki, jej potrzeby i motywy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej. Ważną grupę czynników stanowią również uwarunkowania środowiskowe obecne w makro- i mikrostrukturach. Wymienić należy wpływ szkoły, Kościoła, grupy rówieśniczej i sąsiedzkiej, środowiska lokalnego, a przede wszystkim wielopokoleniowej rodziny wiejskiej, w której realizuje się domocentryczny odbiór przekazów medialnych i multimedialnych.

Powszechne przekonanie o komunikacyjnej naturze relacji między człowiekiem a medium zrodziło się w połowie XX wieku. Model procesu komunikacji został przyjęty pod wpływem „technicznej”, cybernetycznej teorii informacji i komunikacji opracowanej w latach czterdziestych przez Warrena Weavera i Claude’a Shannona<sup>30</sup>. W teorii tej interpretowano przekaz jako transmisję informacji z jednego „aparatu” do innego „aparatu”. Jak twierdzi Tomasz Goban-Klas, model ten został przeniesiony bez większych zmian na grunt relacji między ludźmi i na wiele lat zakreślił perspektywę rozumienia tego, co dzieje się między mediami a ludźmi w kategoriach nadawania i odbierania informacji oraz sterowania zachowaniem przez informację<sup>31</sup>. Stał się on również podstawą, na gruncie której wyrosły wszelkie późniejsze badania nad komunikacją<sup>32</sup>. Z tego też względu większość modeli procesu komunikowania uwzględnia jednokierunkowy przepływ informacji, ale występują

<sup>29</sup> W. Jakubowski, *Edukacja i kultura popularna*, Kraków 2001.

<sup>30</sup> C. Shannon, W. Weaver, *Mathematical Theory of Communication*, „Bell System Technological Journal” 1948, nr 3–4, s. 2; cyt. za: T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 1999.

<sup>31</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 1999.

<sup>32</sup> J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 1999.



również modele ujmujące przepływ informacji w perspektywie dwukierunkowej między nadawcą i odbiorcą (mechanizm sprzężenia zwrotnego), prowadzący do interakcji, wzajemnej komunikacji<sup>33</sup>.

Wśród różnych modeli procesu komunikowania przez media często stosowanym w badaniach relacji człowiek – media jest **model aktu perswazyjnego** opracowany przez Harolda D. Lasswella<sup>34</sup>. Założenia tego modelu dotyczą analizy wszystkich najważniejszych elementów procesu oddziaływania mediów: 1) kto mówi? (nadawca); 2) co mówi? (przekaz); 3) za pomocą jakich środków przekazu? (przekaznik, medium); 4) do kogo? (odbiorca); 5) z jakim skutkiem? (efekt)<sup>35</sup>. Ostatnie pytanie jest w tym układzie najważniejsze, ponieważ wyznacza perspektywę spojrzenia na cały akt komunikowania. Model ten zakłada więc istnienie określonych efektów, które uzależnione są od pozostałych elementów. Zmiana jednego z nich w konsekwencji zmieni również skutek. Tak więc efektywność procesu komunikowania zależy zarówno od nadawcy, emitowanych treści, medium, które je przekazuje, jak i sposobu odbioru. Model perswazyjny nie uwzględnia jednak roli i znaczenia uwarunkowań społecznych, zwłaszcza rodzinnych w procesie komunikowania, co stanowi jego poważny mankament. Analizy prowadzone na podstawie tego modelu mogą jedynie udzielić odpowiedzi na pytanie – co media robią z dzieckiem?

Nieco pełniejszy obraz procesu komunikowania można otrzymać, posługując się w badaniach **modelem socjologicznym** opracowanym przez Johna i Matyldę Rileyów. Jako pierwsi skonstruowali oni model operacyjny, uwzględniający otoczenie procesu komunikowania. Autorzy zinterpretowali komunikowanie masowe jako jeden z systemów społecznych funkcjonujących w społeczeństwie<sup>36</sup>. Fundament ich schematu opiera się na tradycyjnej formule komunikowania: nadawca – przekaz – odbiorca. Swoistym *novum* w tym modelu jest podkreślenie roli, jaką w procesie komunikowania odgrywają grupy pierwotne i grupy odniesienia, a tym samym zaakcentowanie społecznego aspektu tego procesu. W świetle tego modelu jednostka odbierając treści przekazów, dzieli się nimi w rodzinie, grupie rówieśniczej, sąsiedzkiej, pracowniczej, towarzyskiej, przyjmując te same opinie oraz zachowania. Ważne w modelu Rileyów jest to, że odbiorca (dziecko) może być kierowany i kontrolowany

<sup>33</sup> J. Gajda, *Media w edukacji*, Kraków 2002.

<sup>34</sup> H. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, (w:) L. Bryson (red.), *Communication of Ideas*, New York 1980.

<sup>35</sup> Wraz z upływem czasu i rozwojem badań w tej dziedzinie, model perswazyjny poszerzono, dodając kolejne obszary analizy. W Polsce dokonał tego Mieczysław Kafel, uzupełniając ten schemat o dwa pytania: 1) w jakim celu? i 2) w jaki sposób? Pierwsze z tych pytań odnosi się do funkcji mediów, drugie zaś dotyczy takich elementów w ich funkcjonowaniu, jak: język, techniki wydawnicze, metody pracy dziennikarskiej itp.

<sup>36</sup> B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004.

przez grupę pierwotną (rodzinę) w selekcji przekazów (medialnych) i ich recepcji. Jest to niezmiernie istotne ustalenie, ponieważ podkreśla znaczenie środowiska rodzinnego (i szerszego) w procesie komunikowania.

Ważnym, a zarazem jednym z najbardziej znanych modeli stosowanych w obszarze nauki o komunikowaniu, jest **model dwóch etapów komunikowania** opracowany przez Paula Lazarsfelda, Bernarda Berelsona i Hazela Gaudeta<sup>37</sup>. Główne założenie tego modelu wskazuje, że w procesie komunikowania istnieją pośrednicy określani jako przywódcy opinii, liderzy. Koncepcja dwóch etapów komunikowania została rozwinięta w toku dalszych studiów realizowanych przez Paula Lazarsfelda i Elihu Katza<sup>38</sup>. Opracowany przez badaczy **model dwustopniowego przepływu informacji** zakłada, że w społecznościach lokalnych występują pewne jednostki, które korzystają z mediów w znacznie wyższym stopniu niż inne. Pełnią one rolę liderów opinii filtrujących przekazy przed transmisją ich do pozostałych członków danej społeczności<sup>39</sup>. Z tego też względu idee rozpowszechniane przez mass media docierają najpierw do wspomnianych przywódców opinii i dopiero za ich pośrednictwem, w drodze bezpośrednich interakcji, do szerszego ogółu. Istotny więc wpływ na odbiorcę mediów wywierają małe grupy społeczne takie, jak rodzina, paczka koleżeńska, zespół pracowniczy, grupa rówieśnicza, które odegrać mogą istotną rolę w zachęcaniu do oglądania określonych przekazów medialnych, inspirować rozmowy, dyskusje na temat ich treści, namawiać do naśladowania wyuczonych tą drogą zachowań.

To, co jest nowe, odróżniające to stanowisko od innych, to fakt, że model dwustopniowego przepływu informacji traktuje o dwojakim charakterze interakcji komunikacyjnych. Z jednej strony mowa tu o interakcjach o charakterze pośrednim typu media – odbiorca, z drugiej o komunikowaniu bezpośrednim (o charakterze międzyosobowym).

Zaprezentowane wybrane modele komunikowania przez media mają zarówno wady, jak i zalety. Wiele jednak założeń w nich zawartych może stanowić podstawę do badań dotyczących roli mediów w życiu współczesnego człowieka. Odbiorca w tych modelach w przeważającej mierze jest traktowany jako przedmiot oddziaływania mediów, który nie ma większych możliwości wpływu na treść przekazów medialnych, formę, sposób przekazywania. Ponadto modele te nie doceniają w pełni całej gamy istotnych uwarunkowań społeczno-kulturowych, środowiskowych (rodziny), w których człowiek żyje i które w dużym stopniu determinują przebieg i skutki procesu komunikowania przez media.

<sup>37</sup> P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet, *People's Choice, Duell, Sloan and Pearce*, New York 1944.

<sup>38</sup> E. Katz, P. Lazarsfeld, *Personal Influence*, Glencoe 1955.

<sup>39</sup> B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, dz. cyt.

Swoistym remedium na wspomniane braki w przedstawionych wybranych modelach procesu komunikowania jest opracowany przez skandynawskich badaczy tzw. **generalny model korzystania z mediów**<sup>40</sup>. Zaletą tego modelu jest to, że przekaz i skutki odbioru lokują się w kontekście interakcji zachodzących między czynnikami makrospołecznymi (kultura audiowizualna, struktura społeczna, uwarunkowania środowiskowe) a mikrospołecznymi (np. predyspozycje osobowościowe poszczególnych jednostek). Model ten łączy problematykę wykorzystania i oddziaływania mediów oraz postuluje rozpatrywanie tej problematyki (relacje: media – odbiorca) w kontekście uwarunkowań społecznych, kulturalnych, psychologicznych.

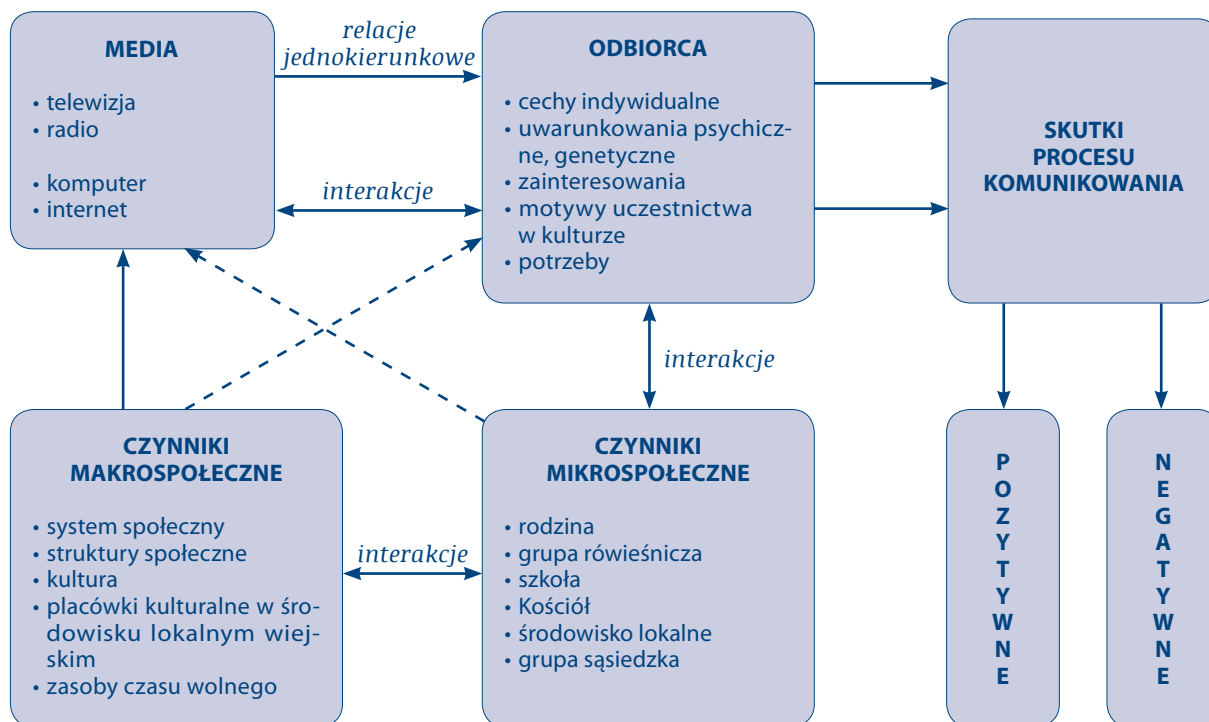
Przyjęcie tego modelu umożliwi mi ustalenie tego, co jest wspólne, oraz tego, co różni poszczególne generacje w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich, jeżeli chodzi o uczestnictwo w kulturze audiowizualnej, związane z zakresem i częstotliwością korzystania z mediów elektronicznych, z funkcjami, jakie pełnią media w ich życiu, z postrzeganiem mediów jako źródła informacji o dokonujących się przemianach i wydarzeniach w Polsce, Europie i na świecie, kształtującego określone opinie, oceny, nastawienia.

Uwzględniając niektóre założenia omówionych modeli badań nad mediami przyjmuję, że efektywność procesu komunikowania zależy zarówno od emitowanych treści programów, jak i w znacznym zakresie również od sposobu odbioru przekazów medialnych lub multimedialnych. Zaakcentowanie społecznego aspektu procesu komunikowania sugeruje, że odbiorca (dziecko) może być wspierany, wspomagany przez grupę pierwotną (rodzinę) w selekcji przekazów medialnych i multimedialnych oraz ich recepcji (rozumienia i interpretowania). Podkreślam tym samym znaczenie środowiska rodzinnego (i szerszego środowiska lokalnego) w procesie komunikowania. Zarówno w rodzinie, jak i w społecznościach lokalnych, występują pewne jednostki, które korzystają z mediów w znacznie większym stopniu niż inni.

Uwzględniając założenia generalnego modelu korzystania z mediów, oraz niektóre z założeń z wybranych modeli badań nad mediami, stosuję w badaniach następujący model (schemat 4).

<sup>40</sup> Opracowany przez Karla Rosengrena; patrz m.in. W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1998; J. Izdebska, *Telewizja i inne media zagrażające współczesnej rodzinie*; J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych – pytania, kierunki badań*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.

Schemat 4. Model badań relacji: człowiek – media elektroniczne



Źródło: opracowanie własne

### 3.3. Media a wewnątrzrodzinna transmisja kultury

Teoria społecznego uczenia się opracowana przez kanadyjskiego badacza Alberta Bandurę<sup>41</sup> dała podstawę dla badań, których głównym celem było poznanie, co człowiek robi z mediami. Tego typu badania były prowadzone w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku w Stanach Zjednoczonych i innych krajach świata, w tym także w Polsce.

Teoria ta mówi o tym, że wszelkie zmiany zachowania człowieka dokonują się dzięki **uczeniu się przez obserwację**. Na proces ten składają się następujące etapy: obserwowanie zachowania modelu, uczenie się, zapamiętywanie nowego zachowania i jego akceptacja jako wzoru do naśladowania. Koncepcja ta ujmuje człowieka jako autonomiczny i kreatywny układ przetwarzający informacje. Zachowania jednostki zależą zarówno od bieżących informacji napływających z otoczenia, jak i od całej dotychczas zgromadzonej wiedzy, zakodowanej w umyśle w postaci określonych struktur poznawczych.

Teoria Bandury uwzględnia możliwości i predyspozycje odbierającego treści emitowane przez media oraz wzajemne wpływy różnych czynników środowiskowych

<sup>41</sup> A. Bandura, *Social foundation of thought and action: A social cognitive theory*, New York 1977; A. Bandura, *Teoria społecznego uczenia się*, Warszawa 2007.

i społeczno-kulturowych. W świetle tej teorii w miarę upływającego czasu rozwój dziecka w coraz większym stopniu zaczyna opierać się na uczeniu się obserwacyjnym zachowania modela, którym mogą być dziadkowie, rodzice, nauczyciele, kole-dzy, ale także postacie obecne w mediach (telewizji, komputerze, Internecie).

Głównym mechanizmem wpływu telewizyjnych przekazów na dziecko jest **modelowanie**, tj. obserwowanie i zapamiętywanie, co robi model, jak robi, z jakim skutkiem<sup>42</sup>. W społecznym uczeniu się istotny jest również mechanizm **naśladowania** zachowań bardziej lub mniej podobnych do sytuacji modelowych. Obserwacja i naśladowanie jako sposób uczenia się zachowań społecznych są ważne, ponieważ obejmują nie tylko modele społeczne w postaci rzeczywistych osób, ale także modele fikcyjne, a więc postaci z mediów<sup>43</sup>. Kolejnym ważnym mechanizmem jest **wzmocnienie**. Oglądane programy medialne, stopień ich atrakcyjności, treść, forma przekazu mogą powodować wzmocnienie tendencji obserwowanych zachowań lub wzmocnienie wartości, w imię których podjęto określone czynności<sup>44</sup>.

O ile naśladowanie oznacza wierne powtarzanie zaobserwowanych zachowań, o tyle modelowanie wyraża tę samą jakość zachowania, jednak z uwzględnieniem specyfiki okoliczności, w których znajduje się obserwator. Często zatem są to zachowania wzbogacone przez obserwatora o nowe elementy. Prowadzi to w konsekwencji do modyfikacji zachowań modela. Wyuczone przez dzieci zachowania, style, wzory werbalne lub instrumentalne z ekranu telewizyjnego, mogą się ujawnić w konkretnych sytuacjach życiowych lub nie pojawić<sup>45</sup>. Uwarunkowane jest to wieloma czynnikami indywidualnymi, wewnętrznymi oraz warunkami zewnętrznymi, zwłaszcza środowiskowymi: uprzednie doświadczenia, przeżycia odbiorcy, określony poziom rozwoju intelektualnego, społecznego<sup>46</sup>, charakter kontaktów rówieśniczych, poziom kultury środowiska rodzinnego, patologie występujące w najbliższym dziecku środowisku<sup>47</sup>.

Oprócz modelowania psychologowie zwracają również uwagę na inne mechanizmy wpływu mediów na dziecko. Pod wpływem odbioru przekazów medialnych człowiek kształtuje obraz świata zgodny z obrazem prezentowanym przez media.

<sup>42</sup> J. Izdebska, *Telewizja i inne media zagrażające współczesnej rodzinie*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1998.

<sup>43</sup> M. Skawińska, *Możliwości oddziaływania medialnych obrazów przemocy – nałóg korzystania z iluzji*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria – praktyka – oddziaływanie*, Olsztyn 2003.

<sup>44</sup> J. Izdebska, *Telewizja i inne media zagrażające współczesnej rodzinie*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, dz. cyt.

<sup>45</sup> A. Frączek (red.), *Studia nad uwarunkowaniami i regulacją agresji interpersonalnej*, Wrocław 1986.

<sup>46</sup> M. Braun-Gałkowska, *Wpływ telewizyjnych obszarów przemocy na psychikę dzieci*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 1995, nr 6; M. Braun-Gałkowska, *Wpływ gier komputerowych na psychikę dziecka*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 1997, nr 8.

<sup>47</sup> J. Izdebska (red.), *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym. Wybrane zagadnienia i źródła z pedagogiki społecznej*, Białystok 2003.

Tę zależność wyjaśnia **koncepcja kształtowania schematów poznawczych** Geoga Gerbnera<sup>48</sup>. Z kolei **mechanizm desensytyzacji (odwrażliwiania)** pokazuje, że bardzo częste oglądanie przez dziecko medialnych scen przemocy prowadzi do utraty wrażliwości na krzywdę, cierpienie, ból, powodując tzw. **emocjonalne znieczulenie**<sup>49</sup>. Oglądanie medialnych obrazów przemocy może mieć również wpływ na niekorzystne zmiany w postawach dzieci. Desensytyzacja tego rodzaju może z kolei przyczynić się do **znieczulenia poznawczego**<sup>50</sup>. Skutkiem tego może być akceptacja agresywnych zachowań, podejrzliwość, wrogie nastawienie wobec ludzi, powtarzanie zaobserwowanych aktów przemocy.

Jednakże dziecko uczy się z mediów nie tylko zachowań destruktywnych. Przez **mechanizm warunkowania instrumentalnego, sprawczego** (za odkrywców uznaje się światowej sławy polskiego neurofizjologa Jerzego Konorskiego oraz polskiego psychiatrę Stefana M. Millera), dziecko uczy się, które z jego zachowań medialnych przynoszą mu korzyści, a które szkody. Uczy się tym samym, których należy unikać, a które warto powtarzać w celu osiągnięcia konkretnych korzyści. W wielopokoleniowych rodzinach wiejskich część struktur poznawczych jednostka nabywa w drodze internalizacji wzorów kulturowych, norm grupowych, hierarchii wartości i zasobów wiedzy dostępnych w rzeczywistości społecznej, w której żyje, a które określają jej poczucie tożsamości, potrzeby poznawcze i stosunek do rzeczywistości (w tym również do mediów). Współcześnie jednak w coraz większym stopniu to przede wszystkim media warunkują ową rzeczywistość społeczną i tworzą środowisko wychowawcze człowieka<sup>51</sup>. Poznawanie otaczającej rzeczywistości odbywa się więc z jednej strony dzięki aktywnemu działaniu w środowisku, z drugiej zaś dzięki aktywności jednostki związanej z korzystaniem z mediów. Efektem tej działalności jest konstruowana przez podmiot wiedza o różnych fragmentach rzeczywistości. Kontakty ze światem przez media prowadzą również do spontanicznego tworzenia wiedzy medialnej, do stopniowego odkrywania zasad rządzących przekazem<sup>52</sup>.

Przyjęcie poznawczej koncepcji człowieka Bandury, jako jednej z podstaw teoretycznych w kontekście procesu komunikowania społecznego, jest o tyle istotne, że interpretuje ową problematykę w sposób szeroki: uwzględnia charakter, przebieg, jak również następstwa aktu komunikowania. Zwraca uwagę na liczne uwarunkowania tego procesu: cechy nadawcy i odbiorcy, budowę przekazu, ogólne

<sup>48</sup> G. Gerbner, L. Gross, M. Jackson-Beeck, S. Jeffries-Fox, N. Signorielli, *Cultural indicators: Violence profile no. 9*, „Journal of Communication” 1978, nr 28/3.

<sup>49</sup> I. Ulfik-Jaworska, *Komputerowi mordercy*, Lublin 2005.

<sup>50</sup> R. L. Huesmann, *Przemoc na ekranie a przemoc w życiu*, „Nowiny Psychologiczne” 2002, nr 4.

<sup>51</sup> R. Wroczyński, *Wprowadzenie do pedagogiki społecznej*, Warszawa 1966.

<sup>52</sup> A. Kołodziejczyk, *Kiedy dziecko rozpoczyna edukację medialną?*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.



mechanizmy percepcyjne oraz specyfikę właściwości mediów i sytuacji komunikacyjnej odbiorcy<sup>53</sup>.

Wykorzystując założenia teorii Bandury, można przyjąć z jednej strony, że postacie prezentowane w odbieranych przekazach medialnych i multimedialnych, ich sposoby zachowania mogą zostać zaakceptowane przez oglądających określone przekazy. Z drugiej jednak strony środowisko rodzinne ma szeroki obszar oddziaływania na dziecko. W rodzinie wielopokoleniowej pierwszych wzorów do naśladowania dostarczają dziecku rodzice, dziadkowie, starsze rodzeństwo.

Podjmując problematykę uczestnictwa wielopokoleniowej rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej, istotne wydaje się podkreślenie, że sposoby spędzania czasu wolnego, formy uczestnictwa w kulturze mogą być wyuczane przez wewnątrzrodzinną transmisję międzypokoleniową związaną z przekazywaniem tradycji życia kulturalnego rodziny lub przez obserwację modeli prezentowanych w nowych mediach. Badani na drodze uczenia się przez obserwację mają więc możliwość przyswajania wzorów życia kulturalnego pielęgnowanych w rodzinie, a także przyjmować nowe, promowane przez medialną hiperrzeczywistość.

Teoria ta będzie również pomocna w wyjaśnieniu zależności między formami spędzania czasu wolnego, uczestnictwa w kulturze promowanymi za pośrednictwem nowych mediów a aktualnymi zachowaniami kulturalnymi w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich.

---

<sup>53</sup> A. Lepa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998; M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem – człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991; J. Mikułowski Pomorski (red.), *Komunikowanie skuteczne*, Kraków 1983; J. Mikułowski-Pomorski, *Badanie masowego komunikowania*, Warszawa 1980.

## Rozdział 4

# Metodologiczne założenia badań

Badania empiryczne służą zarówno rozwijaniu teorii danej dyscypliny naukowej (poszerzając tym samym zakres jej wiedzy), jak i ustaleniu kierunków zmian badanej rzeczywistości społecznej<sup>1</sup>. W kontekście badań dotyczących relacji człowiek – media elektroniczne i multimedia służy to rozwiązywaniu określonych problemów dotyczących uczestnictwa w kulturze audiowizualnej oraz innych faktów, zjawisk i procesów związanych z nowymi sytuacjami, jakie są stwarzane człowiekowi przez współczesne media. Nowa przestrzeń życia człowieka (przestrzeń medialna, informacyjna) implikuje wiele pytań dotyczących rozwoju jednostki. Pytania te są związane zarówno z nowymi możliwościami, jakie niesie ze sobą ekspansja mediów elektronicznych i multimedialnych w dziedzinie edukacji, kształcenia, wychowania czy rozrywki, ale również z nowymi zagrożeniami. W kontekście problematyki tej publikacji są to pytania o nową jakość relacji poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich z mediami elektronicznymi i multimediami oraz skutki tych relacji.

Na drodze badań naukowych współczesna pedagogika społeczna poszukuje odpowiedzi na wiele pytań dotyczących funkcjonowania człowieka w świecie zdominowanym przez media elektroniczne i multimedia, kształtujących nowy typ kultury – kulturę audiowizualną.

### 4.1. Przedmiot, cele i problemy badawcze

Problematykę badań naukowych stanowi zhierarchizowany system pytań tego rodzaju, że warunkiem udzielenia odpowiedzi na pytania bardziej ogólne są wcześniejsze odpowiedzi na pytania szczegółowe. Pytania te dotyczą pewnych „przedmiotów” w sensie dosłownym i zdarzeń czy procesów, którym one podlegają, a które określają interesującą badacza dziedzinę zjawisk<sup>2</sup>. Przedmiotem badań

---

<sup>1</sup> S. Nowak, *Metodologia badań społecznych*, Warszawa 1985, s. 39.

<sup>2</sup> Tamże.

zatem są obiekty i zjawiska, o których w odpowiedzi na podstawowe pytania chcemy formułować twierdzenia. Wspomniane obiekty i zjawiska odnoszą się do grup badanych bądź specyfiki zjawisk występujących w wybranej grupie<sup>3</sup>. W pedagogice stanowią go zjawiska zachodzące w zbiorowościach ludzkich, które mają znaczenie dla procesów edukacyjnych i wychowawczych<sup>4</sup>.

Przedmiotem podjętych przeze mnie badań są media elektroniczne (telewizja, radio) oraz multimedia (komputer, Internet) w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich, a ściślej uczestnictwo trzech generacji tych rodzin (młodej, średniej i starszej) w kulturze audiowizualnej. Z przedmiotu badań wynika zatem konieczność poznania zakresu i częstotliwości korzystania z mediów elektronicznych i multimedialnych oraz korzyści, jakie badani czerpią z recepcji treści przekazów medialnych lub multimedialnych. W dobie procesów globalizacji i transformacji systemowej ustalenia wymaga również to, czy i w jakim stopniu nowe media, z których korzystają badani, umożliwiają im poznawanie oraz ocenę dokonujących się wydarzeń i przemian w Polsce, Europie i na świecie. Ustalenia te pozwolą na wykrycie i określenie międzygeneracyjnych podobieństw i różnic w obszarze uczestnictwa badanych w kulturze audiowizualnej. Analiza wyników badań umożliwiła opracowanie typów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich.

Celem podejmowanych badań we wszystkich naukach, które opierają się na badaniach empirycznych, jest naukowe poznanie badanej rzeczywistości<sup>5</sup>. Badania empiryczne przyczyniają się do poznania uwarunkowań i prawidłowości badanych zjawisk i procesów, a tym samym do poszerzenia zarówno poznawczych, jak i praktycznych możliwości nauk społecznych. Oprócz realizowania celu poznawczego ważne jest także kształtowanie rzeczywistości społecznej, a więc prognozowanie i planowanie jej przeobrażeń, co umożliwia stymulowanie procesów społecznych. W związku z powyższym przyjąłem następujące **cele badań**.

Cele badawcze eksploracyjne:

1. Poznanie i określenie zakresu i częstotliwości uczestnictwa trzech generacji rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej.
2. Określenie funkcji, jakie pełnią media elektroniczne i multimedia w życiu badanych generacji (pokolenia młodego, średniego i starszego).
3. Ustalenie, w jakim zakresie telewizja i inne media elektroniczne są dla poszczególnych generacji rodziny wiejskiej źródłem informacji umożliwiających im poznanie zachodzących ważnych przemian, wydarzeń w Polsce, Europie i na świecie.

<sup>3</sup> T. Pilch, T. Bauman, *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa 2001.

<sup>4</sup> W. Zaczyński, *Praca badawcza nauczyciela*, Warszawa 1995.

<sup>5</sup> J. Sztumski, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Katowice 1995.

4. Wykrycie i określenie tego, co łączy oraz tego, co różni poszczególne generacje wielopokoleniowych rodzin wiejskich, jeżeli chodzi o ich uczestnictwo w kulturze audiowizualnej (związane z zakresem, częstotliwością, funkcjami, jakie pełnią media elektroniczne i multimedia w ich życiu, a także z postrzeganiem mediów jako źródła informacji o dokonujących się przemianach i wydarzeniach).
5. Określenie, w jakim stopniu czynniki indywidualno-podmiotowe i społeczno-kulturowe rodziny oraz instytucjonalno-organizacyjne środowiska lokalnego wiejskiego warunkują:
  - poziom uczestnictwa w kulturze audiowizualnej badanych generacji;
  - zakres i częstotliwość korzystania z telewizji i innych mediów elektronicznych;
  - funkcje, jakie pełnią media elektroniczne i multimedia w życiu trzech pokoleń;
  - postrzeganie nowych mediów przez badanych jako nośnika informacji dotyczących istotnych wydarzeń, przemian w Polsce, Europie i na świecie.

Cel badawczy aplikacyjny dotyczy opracowania na podstawie wyników badań i ich analizy programu rodzinnej edukacji medialnej, dotyczącej przygotowania wielopokoleniowych rodzin wiejskich (zwłaszcza pokolenia dzieci i młodzieży) do uczestnictwa w kulturze audiowizualnej.

W literaturze przedmiotu dotyczącej problemów uczestnictwa w kulturze, wiele miejsca poświęca się uczestnictwu w kulturze audiowizualnej różnych grup społecznych oraz wpływu poszczególnych mediów (przekazów medialnych) na ich odbiorców. **Bardzo mało natomiast badań i opracowań dotyczy mediów w rodzinie, a zwłaszcza w rodzinie wiejskiej.** Zauważa się niedostatek badań ukazujących w sposób kompleksowy problematykę różnych aspektów funkcjonowania mediów elektronicznych w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich, zarówno w kontekście korzyści informacyjnych, wychowawczych, kulturowych, ale także zagrożeń wynikających z niewłaściwego korzystania z mediów elektronicznych. Sytuacja taka jest inspiracją i zarazem koniecznością podejmowania badań empirycznych związanych z uczestnictwem wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej. Jest to o tyle istotne, że przemiany związane z transformacją systemową ograniczyły działalność lub całkowicie zlikwidowały instytucje kulturalno-oświatowe w środowisku wiejskim. Ich miejsce zajmują media (telewizja, radio, komputer, Internet), które są atrakcyjne, powszechne, zaś dostęp do nich jest łatwy i stosunkowo tani. W coraz większym zakresie warunkują one typ relacji międzypokoleniowych oraz formy uczestnictwa w kulturze wielopokoleniowych rodzin wiejskich – głównie uczestnictwo w kulturze audiowizualnej.

W relacji do przyjętych celów badań eksploracyjnych oraz aplikacyjnego **problemu badawczego** przyjęły następującą postać:

### **1. Jakie jest uczestnictwo trzech generacji rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej?**

W tym obszarze ważne jest ustalenie zakresu uczestnictwa poszczególnych generacji rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej, określenia, które media oraz jakie typy i tematyka przekazów medialnych są preferowane przez poszczególne generacje badanych rodzin, jakie motywy o tym decydują. Istotne jest ponadto poznanie wymiaru budżetu czasu wolnego przeznaczanego na korzystanie z mediów elektronicznych oraz określonych przekazów medialnych i multimedialnych – jak często i o jakiej porze. W konsekwencji tak sformułowanego problemu ważne jest ustalenie charakteru relacji zachodzących między poszczególnymi generacjami (młoda, średnią i starszą) w wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej.

### **2. Jakie funkcje pełnią media elektroniczne (telewizja, radio) i multimedia (komputer, Internet) w życiu poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich?**

Poza ustaleniem funkcji, jakie pełnią media elektroniczne i multimedia w życiu poszczególnych generacji badanych rodzin (poznawczo-informacyjnej, rozrywkowej, odpoczynku, wzorotwórczej, integrującej, kompensacyjnej) istotne jest również poznanie tego, w jaki sposób badani oceniają własne kontakty z mediami elektronicznymi, jakie zgłaszają potrzeby oraz jakie zagrożenia w ich odczuciu niesie ze sobą nieracjonalne korzystanie z mediów.

### **3. W jakim stopniu media elektroniczne (telewizja, radio) i multimedia (komputer, Internet) umożliwiają poszczególnym pokoleniom rodziny wiejskiej poznawanie dokonujących się wydarzeń i przemian w Polsce, Europie i na świecie?**

W świetle tego problemu istotne jest ustalenie, jaki obraz Polski, Europy i świata „postrzegają” trzy generacje przez pryzmat kontaktów z kulturą audiowizualną.

### **4. Co jest wspólne, co łączy poszczególne generacje oraz jakie istnieją różnice między pokoleniami w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich, jeżeli chodzi o ich uczestnictwo w kulturze audiowizualnej?**

Ten obszar poszukiwań badawczych dotyczy ustalenia podobieństw oraz różnic w zakresie i częstotliwości korzystania z mediów elektronicznych i multimedialnych, w obszarze funkcji, jakie one pełnią w życiu badanych, w kontekście postrzegania mediów jako źródła informacji o dokonujących się przemianach i wydarzeniach w Polsce, Europie i na świecie, kształtujących ich określone opinie, oceny, nastawienia.

### **5. Czy i w jakim stopniu czynniki indywidualno-podmiotowe (pokolenowość, wiek, płeć) i społeczno-kulturowe rodziny (status społeczno-zawodowy, rodzaj i rytm wykonywanej pracy zawodowej, warunki materialno-mieszaniowe, pełnione w środowisku wiejskim funkcje, poziom wykształcenia**

**poszczególnych generacji, wyposażenie gospodarstwa domowego w dobra kultury, zasoby czasu wolnego poszczególnych generacji, tradycje kulturalne i edukacyjne środowiska rodzinnego i lokalnego) oraz instytucjonalno-organizacyjne lokalnego środowiska wiejskiego (sieć instytucji kulturalnych) warunkują „obraz” uczestnictwa w kulturze audiowizualnej trzech generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich?**

Rozwiązanie na drodze badań naukowych wymienionych problemów głównych i szczegółowych, pozwoliło na opracowanie występujących:

- rodzajów relacji (ich charakteru), jakie zachodzą między poszczególnymi generacjami (młoda, średnią i starszą) w wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej;
- typów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej obecnych w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich;
- typów wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej.

#### **4.2. Zastosowana orientacja badawcza i jej uzasadnienie**

Poznawanie różnych zagadnień dotyczących mediów elektronicznych w życiu człowieka możliwe jest dzięki stosowaniu dwóch typów badań empirycznych: ilościowych oraz jakościowych.

**Badania ilościowe**<sup>6</sup> dotyczą procesu, w którym zaangażowane są czynności liczenia, mierzenia oraz odpowiednie procedury matematyczne i statystyczne<sup>7</sup> pozwalające na opis oraz charakterystykę ilościową faktów i zjawisk, a także na ustalenie związków zachodzących między badanymi zmiennymi.

Ten typ badań w kontekście mediów elektronicznych i multimediiów stosuje się w celu poznania zakresu korzystania z mediów, a więc ilości czasu poświęcanego mediom, częstotliwości kontaktów z mediami, rodzaju i tematyki odbieranych przekazów medialnych, a także roli rodziców oraz dziadków w przygotowywaniu dzieci i młodzieży do korzystania z mediów. Przyjęcie orientacji ilościowej pozwala również

<sup>6</sup> T. Pilch, *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa 1995; R. Pachociński, *Metody ilościowe i jakościowe w badaniach oświatowych*, „Edukacja” 1977, nr 3; S. Palka (red.), *Orientacje w metodologii badań pedagogicznych*, Kraków 1998; S. Palka, *Metodologia. Badania. Praktyka pedagogiczna*, Gdańsk 2006; E. Zaręba, hasło: *Badania empiryczne ilościowe*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 1, Warszawa 2003.

<sup>7</sup> E. Zaręba, hasło: *Badania empiryczne ilościowe*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 1, dz. cyt., s. 276; A. Krajewska, *Statystyka dla pedagogów: wybrane zagadnienia*, Białystok 2001; A. Krajewska, A. Stachura, *Zastosowanie metod statystycznych w badaniach pedagogicznych*, Częstochowa 2002.



na wykrycie funkcji, jakie media elektroniczne i multimedia pełnią w życiu badanych generacji. Ponadto w tej perspektywie możliwe jest określenie wpływu wybranych czynników indywidualno-podmiotowych, społeczno-kulturowych rodziny oraz instytucjonalno-organizacyjnych środowiska lokalnego na przebieg procesu komunikowania przez media oraz „obraz” uczestnictwa w kulturze audiowizualnej poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich. W zgłębianiu zagadnień dotyczących mediów w życiu wielopokoleniowych rodzin wiejskich, badania ilościowe umożliwiają również porównywanie badanych zjawisk, ustalanie siły związków między nimi lub też różnic. Pokazują one wprawdzie, jaka liczba badanych ogląda poszczególne programy, o jakiej tematyce, w jakich godzinach, ale dostarczają niewiele informacji o tym, co odbiorcy robią z docierającymi do nich przekazami medialnymi, w jaki sposób je rozumieją bądź interpretują. Badania ilościowe zatem mają swoje zalety (np. możliwość porównywania badanych zjawisk w czasie i w przestrzeni, określenie siły związków między zmiennymi, możliwość tworzenia wiedzy obiektywnej), ale również pewne wady i ograniczenia (np. nie pozwalają na badanie zindywidualizowanych sytuacji, przeżyć, doświadczeń, wartości). Podejście ilościowe, mimo iż nadal dominuje w badaniach nad mediami, stanowi tylko jeden ze sposobów penetracji problematyki związanej z kulturą popularną.

Obecnie w naukach pedagogicznych odchodzi się od badań statystycznych na rzecz badań uwzględniających w postępowaniu badawczym takie sytuacje, które prowadziłyby do lepszego zrozumienia i interpretacji badanych zjawisk, faktów, sytuacji, zachowań. Taką możliwość dają badaczowi **badania jakościowe**<sup>8</sup>. Zrozumienie i interpretacja w tym przypadku stanowią podstawowe kategorie poznawcze implikujące stosowanie w toku poznania empatii, introspekcji, podejścia subiektywnego, stania „na równi” z badanymi osobami, badanie „od wewnątrz”<sup>9</sup>. Przedmiotem tych badań są zatem fakty w takiej postaci, w jakiej postrzegają je badane osoby<sup>10</sup>. Realizowaniu zamierzeń w badaniach jakościowych służą więc techniki obserwacyjne i techniki dialogu.

Badania te przez odwołanie się do subiektywnych doświadczeń człowieka pozwalają poznać świat przeżyć wewnętrznych, świat emocji, oczekiwań, nastawień, lęków, obaw zarówno dzieci i młodzieży, jak i ludzi dorosłych. W kontekście badań nad mediami elektronicznymi i multimediami, badania jakościowe pozwalają

<sup>8</sup> M. B. Miles, A. M. Huberman, *Analiza danych jakościowych*, tłum. S. Zabielski, Białystok 2000; S. Kvale, *Inter Views: Wprowadzenie do jakościowego wywiadu badawczego*, Białystok 2004; D. Urbaniak-Zajac, *W poszukiwaniu kryteriów oceny badań jakościowych*, (w:) M. Nowak, D. Kubinowski (red.), *Metodologia pedagogiki zorientowanej humanistycznie*, Kraków 2006.

<sup>9</sup> S. Palka, *Humanistyczne podejście w badaniach pedagogicznych i praktyce pedagogicznej*, (w:) M. Nowak, D. Kubinowski (red.), *Metodologia pedagogiki zorientowanej humanistycznie*, Kraków 2006.

<sup>10</sup> T. Bauman, hasło: *Badania empiryczne jakościowe*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 1, dz. cyt., s. 279.

ustalić, jaką wartość, znaczenie i sens użytkownicy mediów nadają odbieranym przekazom medialnym lub multimedialnym. Badanie więc indywidualnych doświadczeń człowieka jest próbą zrozumienia przez badacza subiektywnych nastawień, poglądów bądź opinii korzystających z mediów. Posługując się metodami jakościowymi, można dotrzeć „w głąb” badanego zjawiska i próbować zrozumieć sens, istotę oraz wartość, jaką przypisują mu badane osoby.

Wielość i bogactwo rodzajów badań nad mediami elektronicznymi umożliwia badaczowi dokonywanie wyborów postępowania badawczego, co służyć może zarówno teorii, jak i praktyce pedagogicznej<sup>11</sup>. Współcześnie podczas kreowania procedury badawczej istnieje swoisty pluralizm dający możliwość łączenia w procedurze badawczej zarówno badań ilościowych, jak i jakościowych, różnych metod i technik badawczych oraz teorii należących do różnych dyscyplin naukowych. W dodatku rozległość oraz charakter relacji człowiek – media oraz skutki tych relacji wymagają, by badania prowadzone nad mediami elektronicznymi i multimediami miały charakter badań interdyscyplinarnych lub multidyscyplinarnych. Dlatego też szczególne miejsce w tym zakresie zajmują osiągnięcia i dorobek teoretyczny oraz doświadczenia metodologiczne i empiryczne z pogranicza pedagogiki oraz nauk pokrewnych: psychologii (społecznej, rozwojowej), socjologii (wychowania, kultury, mediów), kulturoznawstwa, ale także etyki, aksjologii czy medycyny.

W związku z powyższym w modelach badawczych aktualnie podkreśla się znaczenie **modeli eklektycznych**, które pozwalają na łączenie orientacji badawczych, zarówno ilościowych, jak i jakościowych<sup>12</sup>. Kapitał informacyjny zgromadzony w trakcie badań jakościowych, wzbogacony o dane z badań empirycznych ilościowych, daje podstawy do prób całościowego poznania pedagogicznego. Połączenie danych jakościowych i ilościowych w badaniu służy zatem wzmocnieniu ich prawdziwości oraz umożliwia tworzenie bogatszej wiedzy o zjawiskach i procesach pedagogicznych. Pojawia się więc potrzeba „wiązania (...) w poszukiwaniach poznawczych w pedagogice badań jakościowych z badaniami ilościowymi ze względu na istotne cechy poznawcze faktów i zjawisk, z których jedne poddają się liczeniu i mierzeniu, a inne wymagają empatii, wczuwania się, bez możliwości stosowania operacji matematycznych”<sup>13</sup>.

W wielopokoleniowych rodzinach wiejskich zachodzi wiele niejednorodnych, zróżnicowanych i skomplikowanych procesów. Powinny więc one podlegać

<sup>11</sup> T. Pilch, hasło: *Badania pedagogiczne*, (w:) T. Pilch (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 1, dz. cyt., s. 303–304.

<sup>12</sup> E. Zaręba, *Badania empiryczne ilościowe i jakościowe*, (w:) S. Palka (red.), *Orientacje w metodologii badań pedagogicznych*, Kraków 1978.

<sup>13</sup> S. Palka, *Humanistyczne podejście w badaniach pedagogicznych i praktyce pedagogicznej*, (w:) M. Nowak, D. Kubinowski (red.), *Metodologia pedagogiki zorientowanej humanistycznie*, Kraków 2006, s. 77.

dokładnej, wielostronnej penetracji. Pełne poznanie zapewnić może jedynie jednoczesne użycie kilku metod i technik badawczych odzwierciedlających zarówno obiektywne, jak i subiektywne aspekty funkcjonowania rodziny, jej zróżnicowanie strukturalne, funkcjonalne, kulturowe przy uwzględnieniu powiązań i interakcji z wieloma aspektami zewnętrznego świata społecznego.

Przyjęcie eklektycznego modelu badań stwarza konieczność właściwego do przedmiotu badań doboru metod, technik oraz narzędzi badawczych. Chcąc jednak ustalić pełny obraz uczestnictwa w kulturze audiowizualnej poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich, należałoby oprócz badań ilościowych (realizowane przez metodę sondażu diagnostycznego i technikę ankiety), preferować badania jakościowe (realizowane przez metodę indywidualnych przypadków) z zastosowaniem techniki wywiadu otwartego oraz obserwacji uczestniczącej, zaś w przypadku dzieci dodatkowo techniki projekcyjnej (test niedokończonych zdań) oraz analizę treści wytworów działalności dziecka (rysunek pt. „Ważne wydarzenie, które widziałam/widziałem w telewizji”). Uzupełnienie uzyskanych w ten sposób danych stanowi technika prowadzenia dzienniczka zapisów dnia codziennego na temat: „Korzystanie z mediów elektronicznych w mojej rodzinie”.

Realizacja założonych celów badawczych wymaga zastosowania wielu poprawnych merytorycznie etapów postępowania badawczego. Zakres problemów badawczych dotyczących wielopokoleniowych rodzin wiejskich, obejmujący zewnętrzne i wewnętrzne uwarunkowania uczestnictwa badanych rodzin w kulturze audiowizualnej, powoduje konieczność stosowania wielorakich metod i technik badawczych oraz opracowanie narzędzi badawczych pozostających ze sobą w ścisłym związku. W celu znalezienia odpowiedzi na postawione problemy badawcze zastosowałem następujące metody badawcze:

- metodę sondażu diagnostycznego;
- metodę indywidualnych przypadków.

Dzięki zastosowaniu **metody sondażu diagnostycznego** w badaniach możliwe było poznanie i określenie „obrazu” uczestnictwa trzech generacji rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej. Przypomnę, że na wspomniany „obraz” składają się zakres, częstotliwość korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych (telewizja, radio) i multimediiów (komputer, Internet) oraz funkcje, jakie pełnią nowe media w życiu badanych pokoleń (młodego, średniego i starszego). Ta metoda umożliwiła także ustalenie tego, co łączy oraz tego, co dzieli poszczególne generacje badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej. **Metoda indywidualnych przypadków** (wspierana przez technikę prowadzenia dzienniczka zapisów dnia codziennego na temat: „Korzystanie z mediów elektronicznych w mojej rodzinie”) umożliwiła mi rekonstrukcję centralnych

zdarzeń<sup>14</sup> dnia codziennego badanych, związanych z korzystaniem przez nich z mediów elektronicznych i multimediiów. Zabieg ten pozwolił ustalić, w jakim zakresie media elektroniczne i multimedia są dla poszczególnych generacji rodzin wiejskich źródłem informacji umożliwiającym im poznawanie, zrozumienie oraz dokonywanie oceny zachodzących ważnych przemian, wydarzeń w Polsce, Europie i na świecie. Zastosowanie studium przypadku umożliwiło mi dokonanie charakterystyki wewnątrzrodzinnych relacji międzypokoleniowych w kontekście uczestnictwa badanych w kulturze audiowizualnej oraz ustalenie dominującego typu kultury w badanych rodzinach (postfiguratywnej, kofiguratywnej bądź prefiguratywnej). W efekcie umożliwiło to opracowanie typów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej występujących w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich.

Uwzględniając zasadę postępowania badawczego, która wskazuje na możliwość jednoczesnego posługiwania się wieloma technikami badawczymi, zastosowałem następujące **techniki badawcze**:

- 1) ankieta skierowana do dzieci<sup>15</sup> i młodzieży (pokolenie młodych), rodziców (pokolenie średnie) oraz dziadków (pokolenie starsze) z badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich;
- 2) wywiad z dzieckiem wykorzystujący pytania zawarte w kwestionariuszu ankiety;
- 3) wywiad środowiskowy skategoryzowany jawny z wybranymi przedstawicielami poszczególnych generacji badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich;
- 4) technika projekcyjna – niedokończone zdania, skierowana do dzieci;
- 5) analiza treści wytworów działalności dziecka, rysunek na temat „Ważne wydarzenie, które widziałem/widziałam w telewizji”;
- 6) prowadzenie dzienniczka zapisów dnia codziennego na temat: „Korzystanie z mediów elektronicznych w mojej rodzinie”.

Badanie techniką **ankiety** pozwoliło mi uzyskać informacje dotyczące następujących parametrów:

- cech indywidualnych badanych (takich jak płeć, wiek, pokoleniowość);
- informacji dotyczących warunków materialno-mieszkaniowych badanych rodzin wielopokoleniowych, wyposażenia gospodarstwa domowego w dobra kultury (np. domowe zasoby biblioteczne, sprzęt i urządzenia służące recepcji treści kulturalnych i inne);

<sup>14</sup> J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych – pytania, kierunki badań*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.

<sup>15</sup> W przypadku dzieci badanie za pomocą techniki ankiety polegało na rozmowie badającego z badanym dzieckiem z wykorzystaniem pytań zawartych w kwestionariuszu ankiety.

- czynników społeczno-kulturowych badanych, tj. ich statusu społeczno-zawodowego, stosunku do pracy zawodowej, jej rodzaju i rytmu;
- pełnionych przez badanych funkcji w środowisku zamieszkania, poziomie ich wykształcenia, ich stosunku do kultury jako wartości, zasobów czasu wolnego;
- zakresu uczestnictwa badanych generacji rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej;
- preferencji określonych mediów elektronicznych i multimediiów oraz typów i tematyki odbieranych przekazów medialnych i multimedialnych;
- funkcji, jakie pełnią media elektroniczne (telewizja, radio) i multimedia (komputer, Internet) w życiu poszczególnych generacji wielopokoleniowej rodziny wiejskiej;
- ustalenie, w jakim stopniu media elektroniczne (telewizja, radio) i multimedia (komputer, Internet), z których korzystają poszczególne pokolenia rodziny wiejskiej, ułatwiają im poznawanie, zrozumienie oraz ocenę dokonujących się wydarzeń i przemian w Polsce, Europie i na świecie.

**Wywiad** środowiskowy skategoryzowany jawny przeprowadzony w domach badanych rodzin z przedstawicielami trzech generacji rodziny wielopokoleniowej pozwolił mi na zgromadzenie informacji wskazujących na:

- czynniki wewnątrzrodzinne oraz zewnętrzne warunkujące zakres uczestnictwa badanych w kulturze audiowizualnej;
- częstotliwość wspólnego korzystania z mediów elektronicznych i multimediiów, formy wspólnego spędzania czasu wolnego oraz preferencje tematyczne przekazów medialnych i multimedialnych;
- motywy decydujące o uczestnictwie badanych w kulturze audiowizualnej;
- to, co jest wspólne, co łączy oraz to, co różni poszczególne generacje w badanych rodzinach wiejskich, jeżeli chodzi o ich uczestnictwo w kulturze audiowizualnej;
- sposób, w jaki badani oceniają własne kontakty z nowymi mediami, jakie zgłaszają potrzeby, jakie zagrożenia w ich odczuciu niesie ze sobą nieracjonalne korzystanie z nowych mediów.

Znaczącą rolę w poznawaniu przez badacza relacji dziecko – media, ich skutków, spełnić mogą **techniki projekcyjne** umożliwiające uzyskanie jakościowych danych dotyczących indywidualnego, wewnętrznego świata badanych dzieci<sup>16</sup>. **Projekcja**

<sup>16</sup> H. Sęk (red.), *Metody projekcyjne. Tradycja i współczesność*, Poznań 1984; H. Sęk, *Projekcja, procesy poznawcze. Wybrane założenia metod projekcyjnych*, (w:) J. Paluchowski (red.), *Z zagadnień diagnostyki osobowości*, Wrocław 1983; J. Rembowski, *Metoda projekcyjna w psychologii dzieci i młodzieży*, Warszawa 1975.

rozumiana jest jako proces ujawniania nie tylko nieświadomych popędów, motywów, lecz wszystkich dynamicznych mechanizmów funkcjonowania osobowości, które ukierunkowują czynności człowieka. Przykładem technik projekcyjnych, mających swoje zastosowanie w badaniach relacji dziecko–media są **niedokończone zdania**. Technika ta pozwoliła mi na zebranie bogatego materiału i umożliwia poznanie emocjonalnej i motywacyjnej sfery osobowości dziecka. Umożliwiła również ustalenie, w jakim stopniu media elektroniczne (telewizja, radio) i multimedia (komputer, Internet) są dla dzieci źródłem nowych informacji, dotyczących wydarzeń i przemian w Polsce, Europie i na świecie.

Bogatym źródłem poznania i zrozumienia tego, co dzieje się z dzieckiem w świecie mediów elektronicznych i multimedialnych, jakie są skutki codziennych, permanentnych kontaktów z nowymi mediami, jest również **analiza treści wytworów działalności dziecka**. Technika ta dostarcza wiedzy o przeżyciach, doświadczeniach, marzeniach dzieci<sup>17</sup>. **Analiza rysunków**<sup>18</sup> wykonywanych przez dzieci jako wytwór ich działalności pozwala dotrzeć do świata dziecka. Tą drogą uzyskałem bogaty materiał empiryczny na temat zakresu i charakteru korzystania przez dziecko z nowych mediów, doświadczeń, jakie ono zdobywa, przeżyć, które mu towarzyszą w kontaktach z mediami, obrazu świata, jaki tworzy ono pod wpływem programów medialnych<sup>19</sup>, a także pozwoliło mi ustalić, w jakim stopniu media elektroniczne (telewizja, radio) i multimedia (komputer, Internet), są dla dzieci źródłem nowych informacji dotyczących wydarzeń i przemian w Polsce, Europie i na świecie oraz na ile ułatwiają one dzieciom poznawanie oraz ocenę dokonujących się wydarzeń i przemian.

Wykorzystanie **techniki prowadzenia dzienniczka zapisów dnia codziennego** umożliwiło poznanie struktury dnia badanych. Zastosowanie tej techniki w badaniach ułatwiło mi określenie ilości czasu wolnego poświęcanego przez badanych mediom elektronicznym i multimedialnym, częstotliwości oraz pory korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych i multimedialnych. Technika ta pozwoliła również na ustalenie preferencji tematycznych oraz na poznanie przemyśleń i refleksji badanych osób dotyczących odbieranych przekazów medialnych i multimedialnych.

<sup>17</sup> T. Pilch, *Zasady badań pedagogicznych*, dz. cyt.; S. Nowak, *Metody badań socjologicznych*, Warszawa 1965; W. Zaczyński, *Praca badawcza nauczyciela*, Warszawa 1968; M. Łobocki, *Metody badań pedagogicznych*, Warszawa 1978.

<sup>18</sup> M. Łaguna (red.), *Rysunek projekcyjny jako metoda badań psychologicznych*, Lublin 2003; J. Rembowski, *Metoda projekcyjna w psychologii dzieci i młodzieży*, Warszawa 1986; P. Wallon, A. Cambier, D. Engelhart, *Rysunek dziecka*, Warszawa 1993; A. Frydrychowicz, *Rysunek rodziny. Projekcyjna metoda badania stosunków rodzinnych*, Poznań 1984; M. Braun-Gałkowska, *Test rysunku rodziny*, Lublin 1985.

<sup>19</sup> J. Izdebska, *Mass media i ich rola w kształtowaniu przez dziecko obrazu świata współczesnego i przyszłego*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 2000.



Zarówno techniki projekcyjne, jak i analiza treści wytworów działalności dziecka, umożliwiają badaczowi poznanie i zrozumienie, jaką wartość i rangę nadaje dziecko różnym zjawiskom, relacjom związanym z treścią określonych przekazów medialnych i multimedialnych, kształtując w ten sposób ich indywidualny sens. Materiał uzyskany za pomocą tych technik ma charakter przede wszystkim jakościowy. Jest on trudny do weryfikowania, ale ma olbrzymią wartość. Techniki te mogą być traktowane jako pomocnicze, ale w poznawaniu dziecięcych przeżyć, doświadczeń, motywów, wartości, których źródłem stają się media elektroniczne i multimedia, stają się niezastąpione.

W celu zebrania materiału badawczego opracowałem następujące **narzędzia badawcze** do wymienionych technik badawczych:

- kwestionariusz wywiadu skierowany do dzieci;
- kwestionariusz ankiety skierowany do młodzieży, rodziców oraz dziadków z badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich;
- kwestionariusz wywiadu środowiskowego z wybranymi przedstawicielami poszczególnych generacji badanych rodzin;
- początek zdań niedokończonych skierowany do dziecka;
- temat rysunku: „Ważne wydarzenie, które widziałem/widziałam w telewizji” oraz kwestionariusz do wywiadu z dzieckiem na temat rysunku;
- dzienniczek zapisów dnia codziennego.

### 4.3. Teren badań i grupa badanych

Współczesne media odgrywają w życiu odbiorcy istotną rolę w budowaniu jego wiedzy o otaczającym świecie, jak i rozumieniu zjawisk, procesów w nim zachodzących. Dlatego też odnoszę się do obszaru wsi przygranicznej Polski Wschodniej, obszaru specyficznego ze względu na polityczne i światopoglądowe położenie. Obszaru, gdzie dochodzi do starcia tego co „nasze” – znajome, z tym co „obce” – nieznanne, gdzie w dobie integracji z Unią Europejską istotny wydaje się aspekt nabycia świadomości dokonujących się przemian oraz kwestia określenia „nowej tożsamości”, odnalezienia swego miejsca w zmieniającej się rzeczywistości. W wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej, oprócz kultury słowa (obecnej w postaci interakcji międzygeneracyjnych), obecna jest również kultura audiowizualna kształtująca nowe oblicze uczestnictwa w kulturze i jej recepcji. Te dwie płaszczyzny funkcjonują w rodzinie wielopokoleniowej, w której najstarsze pokolenie ma wzory pojmowania kultury i rozumowania świata stworzone dzięki wykorzystaniu innych elementów niż pokolenie najmłodszych. Pokolenie rodziców natomiast funkcjonuje w czasach „dewaluacji starego świata” i „narodzin nowego”. Być może jest to jedna z ostatnich szans uchwycenia międzygeneracyjnych

przemian dotyczących miejsca oraz funkcji, jakie pełnią media elektroniczne i multimedia w życiu poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich.

W wyniku zastosowania celowego doboru terenu badań, były one prowadzone we wsi Sidra oraz we wsiach położonych na terenie gminy Sidra (26 sołectw: Bieniasze, Bierniki, Bierwicha, Chwaszczewo, Holiki, Jacowlany, Jałówka, Jurasze, Makowlany, Nowinka, Ogrodniki, Podsutki, Poganica, Pohorany, Potrzebowszczyzna, Racewo, Romanówka, Siderka, Siekierka, Słomianka, Staworowo I, Staworowo II, Szostaki, Śniczany, Wólka, Zalesie, Zwierzany). Gmina Sidra jest gminą wiejską. Leży w województwie podlaskim, w powiecie sokólskim. Gmina ta obejmuje obszar 173,96 km<sup>2</sup> (w tym użytki rolne – 76% i użytki leśne – 18%), co stanowi 8,47% powierzchni powiatu. Według danych z 31 grudnia 2012 roku gminę zamieszkiwały 3 664 osoby (1 799 kobiet i 1 865 mężczyzn)<sup>20</sup> – gęstość zaludnienia – 23 osoby/km<sup>2</sup>. Według danych z 2002 roku, średni dochód na mieszkańca wynosił 1 198,17 zł. Zgodnie z danymi z roku 2003<sup>21</sup> w gminie Sidra funkcjonowało 1253 gospodarstw domowych. Zamieszkiwało je 1068 rodzin.

W miejscowości gminnej znajduje się szkoła podstawowa, gimnazjum, gminny ośrodek kultury, biblioteka publiczna, ośrodek sportu i rekreacji wodnej. Na terenie gminy są 3 parafie rzymskokatolickie (Sidra, Siderka, Zalesie). Sąsiaduje ona z następującymi gminami: Dąbrowa Białostocka, Janów, Kuźnica Białostocka, Nowy Dwór, Sokółka.

Sidra jest przygraniczną gminą wiejską, ze słabo rozwiniętą infrastrukturą przemysłową oraz kulturalną (co stawia ją w rzędzie innych, podobnych przygranicznych gmin wiejskich wschodniej Polski). Jest to typowa mała miejscowość o charakterze wiejskim, której mieszkańcy doświadczają niekorzystnych sytuacji związanych z procesem rodzimej transformacji systemowej.

Na obszarze gminy i w samej miejscowości nastąpiły niekorzystne zjawiska dotyczące likwidacji placówek kultury (kino „Dolina”), ograniczenia funkcjonowania gminnego ośrodka kultury, likwidacji pozaszkolnych instytucji wychowawczych (wielorakich kółek zainteresowań, zespołów muzycznych), instytucji środowiskowych (świetlic środowiskowych oraz punktów bibliotecznych w mniejszych wsiach), rekreacyjnych, sportowych, opiekuńczo-wychowawczych (przedszkole). Jak pisze Tadeusz Pilch, „sytuacja (...) eliminowania ze środowiska zamieszkania placówek rekreacyjnych i oświatowych dla dzieci i młodzieży, ograniczanie środków i komercjalizowanie wszelkiej działalności kulturalnej, miłośniczej, likwidowanie ośrodków sportu, rekreacji, placówek oświaty dorosłych itp.”<sup>22</sup>, jest społecznie naganna

<sup>20</sup> Na podstawie danych GUS: *Ludność. Stan i struktura w przekroju terytorialnym w 2012 r.* Stan w dniu 31 XII, Warszawa 2013, s. 88.

<sup>21</sup> Tamże, s. 345.

<sup>22</sup> T. Pilch, *Środowisko lokalne – struktura, funkcje, przemiany*, (w:) T. Pilch, I. Lepalczyk, *Pedagogika społeczna*, Warszawa 1995.

i niebezpieczna. Skutkiem tej niekorzystnej sytuacji są ograniczone możliwości uczestnictwa mieszkańców miejscowości gminnej oraz całej gminy w kulturze, na rzecz domocentrycznego uczestnictwa w kulturze audiowizualnej.

Podobnie jak dobór terenu, również i dobór grupy badanych miał charakter celowy. Taki sposób doboru pozwolił na uchwycenie typowych sytuacji, które są związane z podjętą problematyką badawczą.

**Kryteria doboru celowego grupy badanych uwzględniały:**

- rodziny wielopokoleniowe (przynajmniej trzy generacje) mieszkające w miejscowości Sidra lub w miejscowościach znajdujących się na obszarze terytorialnym gminy Sidra;
- pokoleniowość; przynależność do pokolenia młodego (dzieci i młodzież), średniego (rodzice), starszego (dziadkowie);
- spełnienie przez poszczególne generacje rodzin wielopokoleniowych następujących warunków:
  - wszystkie generacje mieszkają w jednym domu;
  - pokolenie starsze mieszka w innym domu, lecz w tym samym obejściu;
  - pokolenie starsze mieszka w innym domu, lecz w tej samej miejscowości;
  - poziom edukacji pokolenia młodego obejmuje szkołę podstawową, gimnazjum;
  - gospodarstwa domowe są wyposażone w dobra kultury służące recepcji przekazów medialnych oraz multimedialnych.

Dzięki ankietowym badaniom pilotażowym wytypowano 139 rodzin wielopokoleniowych spełniających wymienione kryteria. Ogólna liczba badanych rodzin z uwzględnieniem pokoleniowości oraz miejsca zamieszkania jest przedstawiona w tabeli 3.

Tabela 3. Liczba badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich

Ip.	Teren badań	Liczba rodzin wielopokoleniowych	Miejsce zamieszkania pokoleń			Ogółem
			w jednym domu	w tym samym obejściu	w tej samej miejscowości	
1	Sidra	33	19	6	8	33
2	Gmina Sidra	106	72	22	12	106
Razem		139	91	28	20	139

Źródło: badania własne

Badania terenowe obejmowały cztery etapy. Pierwszy etap stanowiły badania ankietowe obejmujące 139 wielopokoleniowych rodzin wiejskich: 139 osób z pokolenia

dzieci i młodzieży, 139 osób z pokolenia rodziców oraz 139 osób z pokolenia dziadków. Zaznaczyć należy, że w tym etapie badań, ze względu na wiek dzieci, ich poziom edukacyjny, z najmłodszymi dziećmi (kl. 0 – 3) przeprowadzono wywiad na podstawie pytań zawartych w kwestionariuszu ankiety.

Etap drugi obejmował grupę 30 dzieci. Ta część badań jest związana z wykorzystaniem techniki analizy treści wytworów działalności dziecka – rysunku wykonywanego przez dzieci na temat: „Ważne wydarzenie, które widziałam/widziałem w telewizji”. Wykorzystując przygotowany kwestionariusz, przeprowadzono również wywiad z dzieckiem na temat treści wykonanego rysunku. W tym etapie badań wykorzystano także techniki projekcyjne – test niedokończonych zdań.

Trzeci etap badań obejmował wywiad środowiskowy skategoryzowany jawny przeprowadzony w 40 domach rodzinnych dobranych losowo spośród celowo wyselekcjonowanych 139 rodzin. Wywiady zostały przeprowadzone z przedstawicielami trzech generacji rodziny wielopokoleniowej. Objęły zatem 40 osób z pokolenia dzieci i młodzieży, 40 osób z pokolenia rodziców oraz 40 osób z pokolenia dziadków. Badania te uzupełniane były obserwacją uczestniczącą badającego.

Czwarty etap badań był związany z wykorzystaniem techniki prowadzenia zapisów w dzienniczku na temat: „Korzystanie z mediów elektronicznych w mojej rodzinie”. Ten etap badań objął 20 celowo wytypowanych rodzin i polegał na codziennym (badanie trwało 2 tygodnie) wypełnieniu przygotowanych arkuszy.

Tabela 4. Liczba osób uczestniczących w badaniach metodą sondażu diagnostycznego oraz metodą indywidualnych przypadków

Metody badawcze	Techniki badawcze	Liczba badanych
Metoda sondażu diagnostycznego	Ankieta i wywiad skierowane do pokolenia młodego	139 (dzieci i młodzież)
	Ankieta skierowana do pokolenia średniego	139 (rodzice)
	Ankieta skierowana do pokolenia starszego	139 (dziadkowie)
Metoda indywidualnych przypadków	Wywiad środowiskowy z przedstawicielami pokolenia młodego	40 (dzieci i młodzież)
	Wywiad środowiskowy z przedstawicielami pokolenia średniego	40 (rodzice)
	Wywiad środowiskowy z przedstawicielami pokolenia starszego	40 (dziadkowie)
	Technika projekcyjna – niedokończone zdania – skierowana do dzieci	30 (dzieci)
	Analiza treści wytworów działalności dziecka	30 (dzieci)
	Technika prowadzenia zapisów w dzienniczku	20 (rodziny)

Źródło: badania własne

Zgromadzone dane zostały poddane analizie ilościowej i jakościowej. **Analiza ilościowa** (statystyczna) jest przeprowadzana w celu precyzyjnego przedstawienia obrazu badanej populacji, wzajemnego porównania otrzymanych danych oraz wyszukiwania między nimi związków. Dla sprawdzenia niezależności cech dla dwóch zmiennych wielodzielnych (tj. zmiennych mających więcej niż dwa warianty), wykorzystano **test niezależności**  $\chi^2$  dla tablic wielopolowych<sup>23</sup> oraz określono siłę związku między zmiennymi przez obliczenie **współczynnika kontyngencji (zbieżności) C**. Nie wszystkie jednak zgromadzone w wyniku przeprowadzonych badań dane można poddać analizie ilościowej. Ponadto metody ilościowe w badaniach naukowych nie są wystarczające w dezaktualizującym się współcześnie pozytywistycznym podejściu badawczym, ponieważ koncentrują się one głównie na mierzalnych faktach z pominięciem ich określonej sytuacji, w której się zdarzyły. W związku z powyższym, niektóre z otrzymanych w toku badań danych poddano **analizie jakościowej**, ponieważ uwzględnia ona bezpośredni kontekst badanych zjawisk i ich jednostkowych uwarunkowań wraz z przynależącymi do nich znaczeniami<sup>24</sup>.

W analizie jakościowej została wykorzystana również **analiza porównawcza**, której celem było ustalenie tego, co jest wspólne, co łączy poszczególne badane generacje oraz tego, co je różni, jeżeli chodzi o ich uczestnictwo w kulturze audiowizualnej związane z zakresem i częstotliwością korzystania z mediów elektronicznych i multimediiów, z funkcjami, jakie one pełnią w ich życiu, z postrzeganiem przez badanych mediów jako źródła informacji o dokonujących się przemianach i wydarzeniach w Polsce, Europie i na świecie.

<sup>23</sup> A. Krajewska, *Statystyka dla pedagogów. Wybrane zagadnienia*, Białystok 1997; P. Nardi, *Miary związku a poziom pomiaru*, (w:) E. Babbie (red.), *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa 2004, s. 489.

<sup>24</sup> P. Barczyk (red.), *Dylematy komparatystyki pedagogicznej*, Kraków 1998, s. 28.

## Rozdział 5

# Uczestnictwo wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej

Próba badanych wyselekcjonowana na drodze doboru celowego to grupa specyficzna ze względu na miejsce zamieszkania (środowisko wiejskie), pokoleniowość (dzieci i młodzież, rodzice, dziadkowie), czy też typ szkoły, do której uczęszcza generacja młodych (szkoła podstawowa, gimnazjum). W opisie uzyskanych wyników badań zamiennie stosuję kategorie: dzieci i młodzież – pokolenie młode, rodzice – pokolenie średnie, dziadkowie – pokolenie starsze, z zastrzeżeniem, że dotyczą one celowo dobranej grupy badanych – wielopokoleniowych rodzin wiejskich.

Wśród form uczestnictwa w kulturze (poza kulturą audiowizualną) wyróżniłem dwie podstawowe: związane z przekazem kultury (zajęcia o charakterze rodzinnym, indywidualno-kameralnym oraz widowiskowym) oraz dotyczące aktywności społecznej, rekreacyjnej podejmowanej przez badanych.

W celu określenia poziomu uczestnictwa w kulturze poszczególnych generacji badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich opracowałem skalę pomiaru<sup>1</sup>. Odwołując się do wskazań zawartych w literaturze przedmiotu oraz wyników badań własnych, uwzględniłem następujące wskaźniki:

- charakter spędzania czasu wolnego,
- aktywność rekreacyjną,
- aktywność społeczną,
- tradycje rodzinne i lokalne,
- uczestnictwo w imprezach kulturalnych,
- kontakty z placówkami upowszechniania kultury,
- księgozbiór domowy,
- zamiłowania czytelnicze,
- czytelnictwo gazet i czasopism.

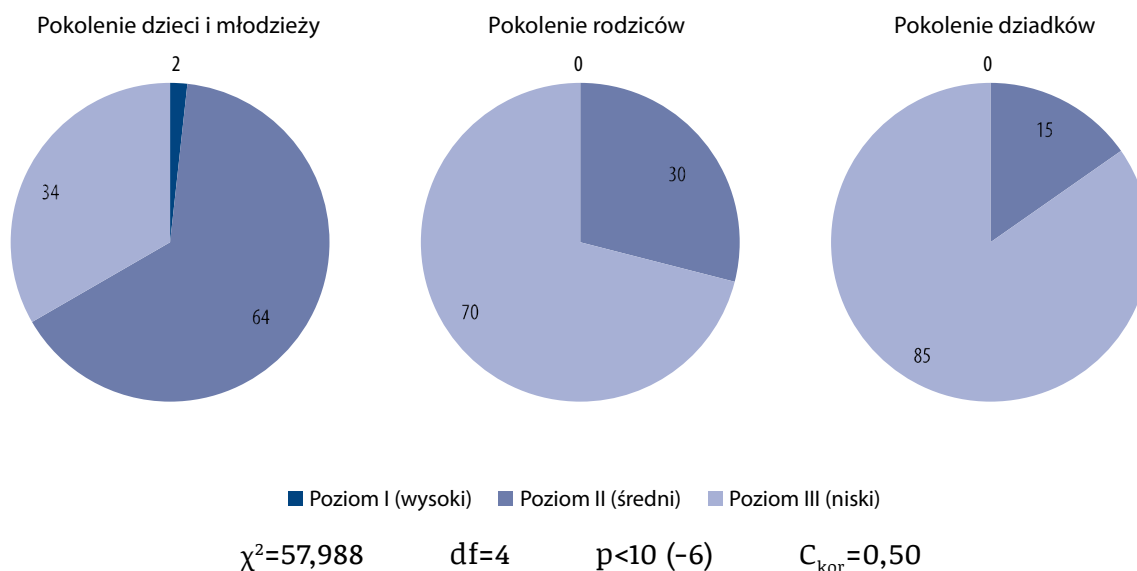
Stosując odpowiednią procedurę weryfikacji danych, wyróżniłem trzy poziomy uczestnictwa w kulturze: wysoki, średni i niski. Pokoleniowość istotnie statystycznie

<sup>1</sup> Przyjęta skala jest zmodyfikowanym narzędziem wykorzystywanym w badaniach Jerzego Nikitorowicza; por. J. Nikitorowicz, *Uczeń w sytuacjach szkolno-domowych*, Białystok 1990.



( $p < 10^{-6}$ ) różnicuje poziom uczestnictwa w kulturze. Wartość współczynnika  $C_{kor} = 0,50$  wskazuje na wyraźny związek między zmiennymi.

Wykres 1. Poziom uczestnictwa badanych generacji w kulturze (poza audiowizualną) (w %)



Poziom I (wysoki) uczestnictwa w kulturze reprezentuje tylko pokolenie dzieci i młodzieży, ale jedynie w odniesieniu do 2% badanych z tej grupy. Nikt spośród badanych rodziców oraz dziadków nie przejawia tego poziomu. Wysoki poziom uczestnictwa w kulturze wyznacza: aktywny charakter spędzania czasu wolnego (zabawy na powietrzu, rower, piłka, świetlica, koło zainteresowań), systematycznie uprawiany sport, spacer, spotkania towarzyskie, przynależność do zespołu amatorskiego, organizacji, pełnienie funkcji społecznych, kultywowanie tradycji życia rodzinnego, świąt religijnych, aktywne uczestnictwo w organizowanych imprezach kulturalnych, systematyczne kontakty z placówkami upowszechniania kultury (kino, teatr, muzeum, filharmonia), bogaty księgozbiór domowy (w liczbie ponad 100 egzemplarzy), zamiłowania czytelnicze oraz umiejętność wymienienia tytułów czytanych woluminów.

Poziom II (średni) uczestnictwa w kulturze jest prezentowany głównie przez pokolenie młodych (64%). Również pewna liczba badanych rodziców oraz dziadków odznacza się aktywnością kulturalną określoną jako średnią. Liczba ta jest jednak znacznie niższa: rodzice – 29,7%, dziadkowie – 14,8%. Średni poziom uczestnictwa w kulturze wyznacza: bierny charakter spędzania czasu wolnego (czytelnictwo, domocentryzm, odpoczynek), sporadyczna aktywność rekreacyjna, mała aktywność społeczna (członkostwo jedynie w kołach zainteresowań), pielęgnowanie tylko tradycji lokalnych, sporadyczne uczestnictwo w organizowanych imprezach kulturalnych, niesystematyczne kontakty z placówkami upowszechniania kultury,

księgozbiór od 30 do 99 egzemplarzy, niesprecyzowane zamiłowania czytelnicze, a przy tym zapominanie tytułów ostatnio czytanych periodyków.

Wśród badanych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich dominuje jednak poziom III aktywności kulturalnej określony jako niski. Dotyczy to przede wszystkim pokolenia dziadków (85,2%) i rodziców (70,3%), ale również dzieci i młodzieży (34%). Niski poziom uczestnictwa w kulturze wyznacza: brak aktywności rekreacyjnej oraz społecznej, brak pielęgnowania tradycji rodzinnych oraz lokalnych, brak uczestnictwa w organizowanych imprezach kulturalnych oraz kontaktów z placówkami upowszechniania kultury, ubogi lub brak domowego księgozbioru, brak zainteresowań czytelniczych zarówno w obszarze literatury, gazet, jak i czasopism.

Analiza otrzymanych w trakcie badań danych dowodzi, że formy uczestnictwa w kulturze związane z aktywnością społeczno-rekreacyjną są podejmowane w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich sporadycznie<sup>2</sup>. Zarówno generacja dzieci i młodzieży, rodziców, jak i dziadków odznacza się niską aktywnością w obszarze samokształcenia, działalności społecznej, amatorskiej, a także w wymiarze sportowo-rekreacyjnym. Uwzględniając poziom aktywności kulturalnej (poza uczestnictwem w kulturze audiowizualnej) prezentowanej przez badane generacje, uważam, że badani szukają form kompensacji potrzeb niezaspokojonych w wymienionych obszarach. Wyrównywanie to zachodzi podczas korzystania badanych z mediów elektronicznych i multimediiów.

Badane gospodarstwa domowe były wyposażone w różne sprzęty: media elektroniczne stanowiące przedmiot badań w tej pracy, a więc telewizja, radio, komputer oraz Internet, inne media oraz urządzenia AGD (artykuły gospodarstwa domowego). Szczególną uwagę należy zwrócić na wyposażenie gospodarstwa domowego w audiowizualne dobra kultury, bo to one stanowią warunek konieczny uczestnictwa badanych generacji w kulturze audiowizualnej.

Tabela 5. Wyposażenie gospodarstwa domowego w media elektroniczne (w%)

Dobra audiowizualne	Jest	Zamierzamy kupić	Nie ma	Suma
Telewizor kolorowy (dwa lub więcej)	67,3	1,0	31,7	100
Telewizor kolorowy (jeden)	31,7	1,0	67,3	100
Telewizor czarno-biały	8,9	5,0	86,1	100
Radio	90,1	1,0	8,9	100
Komputer	64,4	11,9	23,8	100
Internet	21,8	11,9	66,3	100

Źródło: badania własne

<sup>2</sup> Tendencja ta została zauważona już w latach siedemdziesiątych, por. K. Przeclawski (red.), *Czas wolny dzieci i młodzieży w Polsce*, Warszawa 1978.

Badane rodziny, z jednej strony niejednokrotnie nie posiadały bieżącej wody lub łazienki, zawsze jednak były wyposażone w odbiornik telewizyjny. Z drugiej jednak strony należy podkreślić, że lepsze wyposażenie gospodarstw domowych w audiowizualne dobra kultury (lepsza dostępność do mediów elektronicznych) tworzy korzystną sytuację do podejmowania aktywności związanej z uczestnictwem w kulturze audiowizualnej.

### 5.1. Częstotliwość oraz zakres uczestnictwa w kulturze audiowizualnej

Częstotliwość<sup>3</sup> uczestnictwa w kulturze audiowizualnej definiują takie jej elementy, jak: 1) częstość korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych przez badane generacje; 2) codzienność bądź odświętność tych kontaktów; 3) ich regularność; 4) ciągłość; 5) intensywność.

Wśród preferowanych sposobów spędzania czasu wolnego czynności te związane z używaniem mediów elektronicznych, głównie telewizji i radia, zajmują wysoką pozycję<sup>4</sup>, co świadczy o regularności i wysokiej częstotliwości korzystania z tych mediów. Sposoby spędzania czasu wolnego związane z uczestnictwem badanych generacji w kulturze audiowizualnej (tj. korzystaniem z poszczególnych mediów elektronicznych) w sposób istotny statystycznie ( $p < 10^{-6}$ ) zależy od pokoleniowości. Wartość współczynnika  $C_{kor} = 0,40$  wskazuje jednak na słaby związek między zmiennymi.

Tabela 6. Sposoby spędzania czasu wolnego związane z uczestnictwem w kulturze audiowizualnej

Sposoby spędzania czasu wolnego związane z korzystaniem z mediów elektronicznych	Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
	Pozycja	%	Pozycja	%	Pozycja	%
Oglądam telewizję	1	97	2	97,9	1	98,8
Słucham radia	10	76	4	91,2	5	83,1
Korzystam z komputera	12	69	17	31,5	20	3,6
Korzystam z Internetu	22	37	23	13,9	23	2

$$\chi^2=79,248 \quad df=6 \quad p < 10^{-6} \quad C_{kor}=0,40$$

Źródło: badania własne

<sup>3</sup> A. Tyszka, *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, Warszawa 1971, s. 228.

<sup>4</sup> Pozycje te zostały ustalone na podstawie wskazań badanych dotyczących najczęściej wykonywanych czynności w czasie wolnym (lista obejmowała 34 czynności).

Jak wynika z danych przedstawionych w tabeli 6, najwyższą pozycję wśród czynności wolnoczasowych związanych z korzystaniem z mediów elektronicznych zajmuje oglądanie telewizji (pokolenie młode i starsze – pozycja 1, pokolenie średnie – pozycja 2)<sup>5</sup>. Popularność tego sposobu spędzania czasu wolnego jest efektem powszechności, dostępności do medium, jakim jest telewizja. We wszystkich badanych rodzinach był przynajmniej jeden odbiornik telewizyjny, zaś w przypadku 67,3% – dwa lub więcej. W dodatku wybór, jaki oferuje telewizja, zarówno w wymiarze liczby stacji telewizyjnych, jak i jakości emitowanych programów powoduje, że korzystanie z tego medium oraz jego obsługa jest łatwa zarówno dla dziecka, jak i człowieka starszego.

Wysoką pozycję zajmuje również słuchanie audycji radiowych. Korzystanie z radia w badanych rodzinach jest równie popularnym sposobem spędzania czasu wolnego jak oglądanie telewizji. W odbiornik radiowy wyposażone były niemal wszystkie badane rodziny (90,1%). Interesujące jest jednak to, że radio jest medium cenionym wyżej przez generację dorosłą (rodzice – pozycja 4, dziadkowie – 5) niż młodą (pozycja 10). Sądzę, że podobnie jak w przypadku telewizji, jest to efekt powszechności, zdomowienia (poczynając od lat pięćdziesiątych XX wieku), swoistej „naturalnej” obecności radia w przestrzeni życiowej starszych generacji.

Przemiany zachodzące w sferze kultury związane z rozwojem mediów elektronicznych, multimediiów „narzuciły” młodemu pokoleniu audiowizualne doświadczenie świata, niezwykle nęcące i urokliwe ze względu na wyobraźnię, interaktywność, dostępność i anonimowość<sup>6</sup>. Naturalne jest zatem, że dzieci i młodzież częściej (pozycja 12) niż rodzice (pozycja 17) i dziadkowie (pozycja 20) spędzają wolny czas przed monitorem komputera. Młodzi twierdzili:

*Korzystając z komputera, uczę się szybciej pisać, poznaję różne wiadomości, zawieram znajomości (dziewczyna, 14 lat);*

*Używając programów komputerowych, uczę się logiki, myślenia, strategii (chłopiec, 15 lat);*

*Dzięki komputerowi szkolę swoje umiejętności w jego obsłudze (dziewczyna, 14 lat).*

Korzystanie przez badanych w czasie wolnym z komputera i Internetu zajmuje pozycje bardziej odległe w porównaniu z telewizją i radiem. Poszukując przyczyn takiej sytuacji, zwróciłbym uwagę na dwa elementy: na ciągle jeszcze ograniczony dostęp do komputera i Internetu na wsi (w badanym środowisku wiejskim w komputer wyposażonych było 64,4% gospodarstw domowych, natomiast połączenie z siecią Internetu miało 21,8%) oraz na niski poziom kompetencji medialnych, związanych głównie z brakiem umiejętności posługiwania się takimi narzędziami,

<sup>5</sup> Por. A. Zawadzka, *Przemiany we wzorach polskiego wypoczyniania*, „Kultura i Edukacja” 1995, nr 4.

<sup>6</sup> A. Ben-Ze'ev, *Miłość w sieci. Internet i emocje*, Poznań 2005.

jak komputer oraz Internet, szczególnie widoczny w pokoleniach dorosłych, a doskonalnie zauważany przez pokolenie młode:

*Oni (rodzice) nie lubią komputera (dziewczyna, 10 lat);*

*Dziadkowie nie potrafią obsługiwać ani komputera, ani Internetu (dziewczyna, 15 lat);*

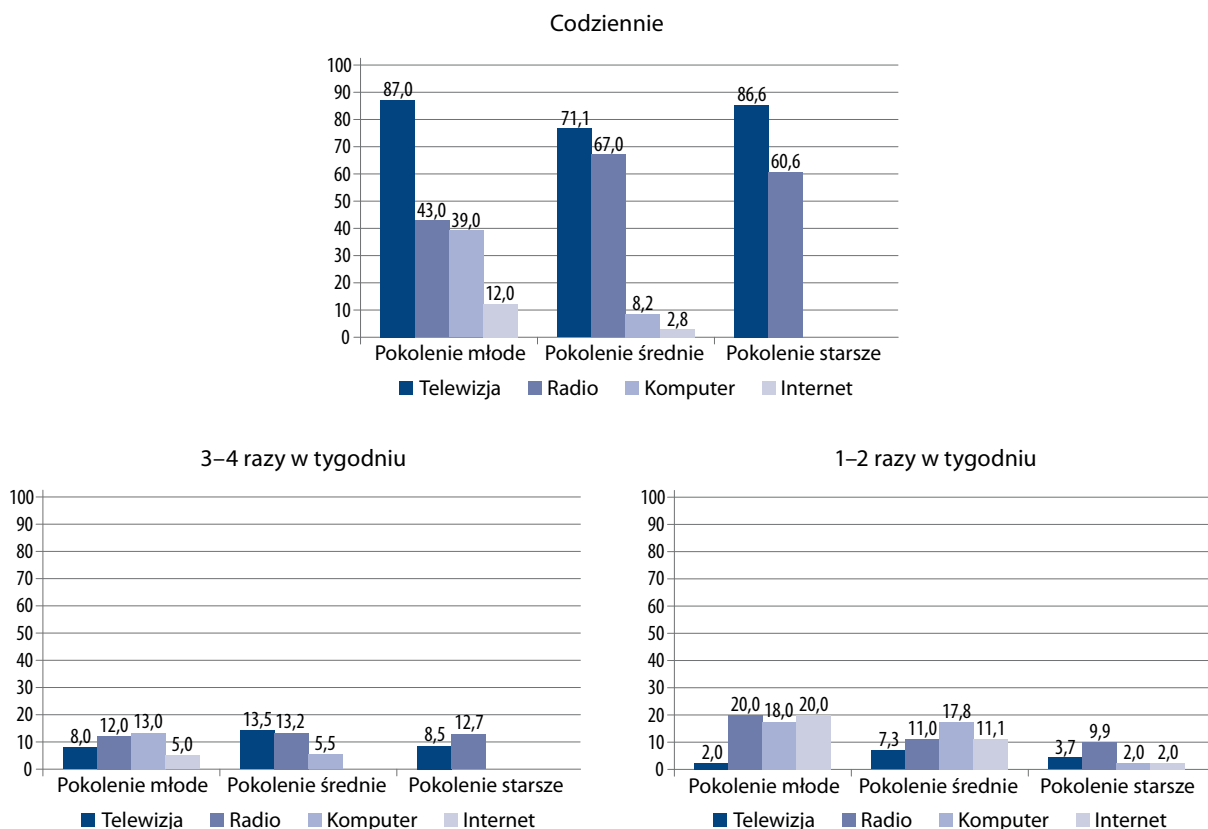
*Dziadkowie nie mają świadomości, traktują komputer i Internet jak ósmy cud świata (dziewczyna, 15 lat);*

*Dziadek nie umie nawet włączyć (chłopiec, 11 lat);*

*Dziadkowie boją się komputera (dziewczyna, 15 lat).*

Wolnoczasowe czynności badanych związane z używaniem mediów elektronicznych (telewizji, radia, komputera, Internetu) są to czynności regularne, powtarzające się systematycznie, odznaczające się wysoką częstotliwością. Świadczą o tym otrzymane w trakcie badań dane przedstawione na wykresie 2. Obecność „zadomowienie” określonych mediów w przestrzeni życiowej badanych generacji sprzyja większej częstotliwości korzystania z nich, ale jej nie determinuje. Jedynie w odniesieniu do pokolenia młodych oraz niektórych rodziców stwierdzić można słaby związek między pokoleniowością a częstotliwością korzystania z komputera ( $C_{kor}=0,38$ ) i Internetu ( $C_{kor}=0,31$ ). W przypadku komputera różnice są istotne statystycznie ( $p=0,0426$ ).

Wykres 2. Częstotliwość korzystania z mediów audiowizualnych (w %)



Źródło: badania własne

W badanych rodzinach najczęściej używanym medium jest telewizja. We wszystkich generacjach odsetek osób **codziennie** korzystających z telewizji (w porównaniu z innymi mediami) jest najwyższy: dzieci i młodzież – 87%, rodzice – 77,1%, dziadkowie – 86,6%. Równie często wszystkie badane generacje korzystają z radia. Codzienne słuchanie audycji radiowych jest udziałem głównie pokolenia dorosłych (rodzice – 67%, dziadkowie – 60,6%), nieco rzadziej natomiast generacji młodej (43%). Zauważyć należy, że telewizja i radio stanowią jedyne media, z których codziennie korzystają **wszystkie generacje** badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich. Co więcej recepcja przekazów medialnych z wykorzystaniem odbiornika telewizyjnego bądź radiowego ma charakter odbioru domowego (patrz tabela 7). Tylko nieznaczne osoby z pokolenia młodego (3,8%) i średniego (9,1%) korzystają z radia poza domem (w autobusie szkolnym lub w samochodzie).

W badanych rodzinach codziennie korzysta się również z multimediiów. Zaznaczyć jednak należy, że dotyczy to jedynie pokolenia dzieci i młodzieży oraz niektórych ich rodziców. Stwierdzić należy również, że generacja młodych stanowi najbardziej liczną grupę użytkowników multimediiów (patrz tabela 7). Codziennie z komputera korzysta 39% młodych, zaś z Internetu 12%. Jest to efektem obcowania z tymi mediami zarówno w domu rodzinnym, jak i w szkole, w domu u kolegi, koleżanki. Ze względu jednak na wciąż jeszcze drogi i ograniczony dostęp mieszkańców wsi do sieci internetowej (ponad połowa badanych dzieci i młodzieży ma możliwość korzystania z Internetu jedynie w szkole – patrz tabela 7), najbardziej liczną grupę młodych użytkowników Internetu stanowią osoby korzystające z tego medium **od 1 do 2 razy w tygodniu** (20%). Równie sporadycznie z multimediiów korzystają rodzice (komputer – 17%, Internet – 11%). W tym przypadku ponownie barierę stanowią kwestie natury technicznej, ale także brak odpowiedniej ilości czasu wolnego oraz niski stopień zainteresowania multimediami. W pokoleniu starszym z komputera i Internetu korzysta tylko 1 senior.

Jak wspominałem wcześniej, korzystanie z mediów elektronicznych, a w szczególności z telewizji i radia zachodzi głównie w domu rodzinnym. Fakt ten nie pozostaje bez znaczenia dla częstotliwości oraz liczby osób korzystających z wymienionych mediów. W odniesieniu natomiast do multimediiów zauważyć można większą różnorodność, jeżeli chodzi o miejsce korzystania. Nie wszystkie badane rodziny posiadały w domu komputer i Internet, z tego też względu charakter korzystania z tych mediów nie jest związany wyłącznie ze środowiskiem domu rodzinnego. Z danych przedstawionych w tabeli 7 wynika, że dzieci i młodzież używają multimediiów zarówno w domu, jak i w szkole, a także w domu u kolegi lub koleżanki. Również rodzice korzystają z komputera i Internetu w domu rodzinnym, ale także u znajomych, w zakładzie pracy bądź w bibliotece publicznej.



Tabela 7. Miejsce korzystania z mediów elektronicznych (w %)

Telewizja					
Pokolenie młode (N=100)		Pokolenie średnie (N=101)		Pokolenie starsze (N=88)	
W domu	100	W domu	100	W domu	100
Radio					
Pokolenie młode (N=78)		Pokolenie średnie (N=77)		Pokolenie starsze (N=62)	
W domu	96,2	W domu	90,9	W domu	100
W autobusie szkolnym	3,8	W samochodzie	9,1		
Komputer					
Pokolenie młode (N=80)		Pokolenie średnie (N=28)		Pokolenie starsze (N=1)	
W domu	58,8	W domu	82,1	W domu	100
W domu, szkole	21,3	W domu, w zakładzie pracy	7,1		
W szkole	16,3	U znajomych	7,1		
U kolegi/koleżanki	3,8	W bibliotece publicznej	3,6		
Internet					
Pokolenie młode (N=44)		Pokolenie średnie (N=15)		Pokolenie starsze (N=1)	
W szkole	54,5	W domu	73,3	W domu	100
W domu	29,5	U znajomych	13,3		
W domu, szkole	11,4	W zakładzie pracy	6,7		
U kolegi/koleżanki	4,5	W bibliotece publicznej	6,7		

Źródło: badania własne

Interesujące jest to, że spośród mediów stanowiących obszar zainteresowań w tej pracy, a więc telewizji, radia, komputera i Internetu, ostatnie z wymienionych jest jedynym, z którego badani korzystają znacznie częściej poza domem. Nie ma zatem charakteru odbioru rodzinnego, wspólnego, międzypokoleniowego. Dodać jednak należy, że dotyczy to tylko pokolenia dzieci i młodzieży, co wynika z obecności pracowni komputerowych z Internetem w szkole (przy małym nasyceniu badanych gospodarstw domowych w to medium).

Częstotliwość korzystania przez badane pokolenia z poszczególnych mediów elektronicznych wymaga poznania, jaką ilością czasu wolnego dysponują respondenci. Warunkuje on bowiem możliwość kontaktu badanych z mediami audiowizualnymi, wyznacza charakter oraz zakres tego kontaktu. Szczególnie istotny jest ten wymiar czasu wolnego, jaki poszczególne generacje przeznaczają na korzystanie z mediów elektronicznych i multimediiów.

Przyjąłem, że **zakres** uczestnictwa w kulturze audiowizualnej trzech generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich jest wyznaczany przez: 1) budżet czasu

wolnego, jakim dysponują badane pokolenia, a zwłaszcza jego część przeznaczana na korzystanie z mediów elektronicznych; 2) rodzaj mediów preferowanych przez poszczególne generacje badanych rodzin; 3) pora odbioru (korzystania) z mediów elektronicznych; 4) rodzaj (typ) przekazów medialnych preferowanych przez poszczególne generacje badanych rodzin; 5) tematyka przekazów medialnych, która interesuje badane generacje rodzin wielopokoleniowych; 6) zainteresowania medialne badanych; 7) motywy, które decydują o wyborze określonych mediów elektronicznych oraz określonej tematyki przekazów medialnych jako formy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej; 8) potrzeby kulturalne deklarowane przez badane generacje wielopokoleniowych rodzin wiejskich.

Wiele opracowań teoretyczno-empirycznych wskazuje na swoistą mediatyzację życia rodzinnego<sup>7</sup>. Wyraża się to w tym, że „telewizja i inne elektroniczne media oraz multimedia zdominowały inne sposoby spędzania czasu wolnego, podporządkowały sobie strukturę organizacji dnia w rodzinie, wyznaczając w ten sposób określony (»medialny«) charakter wypoczynku rodzinnego”<sup>8</sup>. Nowe media w coraz większym wymiarze angażują czas wolny zarówno dzieci<sup>9</sup> i młodzieży<sup>10</sup>, ale również (jak dowodzą przeprowadzone badania) ich rodziców oraz dziadków.

W ujęciu ogólnym budżet czasu wolnego poświęcany przez badane generacje mediom elektronicznym jest zbliżony. Badani zarówno w dzień roboczy, jak również w dzień wolny od pracy w większości na korzystanie z mediów przeznaczają średnio **od 2 do 3 i pół godziny**<sup>11</sup>. Sadzę, że jest to dla badanych bezpieczny wymiar czasu, który z jednej strony pozwala na właściwe, pełne korzystanie z przekazów medialnych i multimedialnych, z drugiej zaś nie przekracza racjonalnych granic używania mediów, nie zaburza porządku dnia oraz relacji wewnątrzrodzinnych. Odnosząc się natomiast do ilości czasu wolnego przeznaczanego codziennie przez badane pokolenia każdemu medium z osobna, można zauważyć pewne zróżnicowanie (tabela 8).

<sup>7</sup> Por. J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja. Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, Białystok 1996; M. Wawrzak-Chodaczek, *Telewizja w czasie wolnym kobiet polskich mających dzieci w młodszym wieku szkolnym*, (w:) A. Zawadzka (red.), *Kobieta i jej czas wolny*, Wrocław 1993.

<sup>8</sup> J. Izdebska, *Wypoczynek współczesnej polskiej rodziny – istota, cechy charakterystyczne, próba typologii*, (w:) M. Wawrzak-Chodaczek, J. Kędzior (red.), *Czas wolny w różnych jego aspektach*, Wrocław 2000, s. 27.

<sup>9</sup> J. Izdebska, *Uwarunkowania efektów oddziaływania wybranych, cyklicznych programów telewizyjnych na dzieci*, Białystok 1991; J. Gajda, *Edukacja bez granic. O środkach masowego przekazu*, Lublin 1992; M. Wawrzak-Chodaczek, *Miejsce telewizji w życiu codziennym rodziny*, Wrocław 1997; K. Ferenz, *Kultura wypoczynku dzieci w rodzinach wiejskich*, (w:) M. Wawrzak-Chodaczek, J. Kędzior (red.), *Czas wolny w różnych jego aspektach*, dz. cyt.

<sup>10</sup> Por. M. Prokosz, *Przemiany wzorów wykorzystywania czasu wolnego przez młodzież*, (w:) M. Wawrzak-Chodaczek, J. Kędzior (red.), *Czas wolny w różnych jego aspektach*, dz. cyt.

<sup>11</sup> Por. J. Izdebska, *Dzieciństwo przed szklanym ekranem telewizora i komputera – nowe jego oblicze*, (w:) J. Izdebska, T. Sosnowski (red.), *Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa*, t. 2, *Komputer i Internet w życiu dziecka i obraz jego dzieciństwa*, Białystok 2005, s. 205.

Tabela 8. Wymiar czasu wolnego przeznaczanego na korzystanie z mediów audiowizualnych w dzień powszedni, sobotę oraz niedzielę (w%)

Wymiar czasu wolnego przeznaczanego mediom		Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze	
DZIEŃ POWSZEDNI	Telewizja	do półtorej godziny	27,0	28,7	14,8
		od 2 do 3,5 godzin	59,0	52,5	36,4
		powyżej 4 godzin	9,0	9,9	42,0
	Radio	do półtorej godziny	43,0	22,8	25,0
		od 2 do 3,5 godzin	10,0	22,8	25,0
		powyżej 4 godzin	6,0	20,8	10,2
	Komputer	do półtorej godziny	35,0	11,9	1,1
		od 2 do 3,5 godzin	29,0	3,0	0,0
		powyżej 4 godzin	3,0	0,0	0,0
	Internet	do półtorej godziny	18,0	5,9	1,1
		od 2 do 3,5 godzin	15,0	1,0	0,0
		powyżej 4 godzin	2,0	0,0	0,0
SOBOTA	Telewizja	do półtorej godziny	9,0	18,8	14,8
		od 2 do 3,5 godzin	37,0	46,5	30,7
		powyżej 4 godzin	49,0	26,7	46,6
	Radio	do półtorej godziny	42,0	18,8	23,9
		od 2 do 3,5 godzin	14,0	25,7	21,6
		powyżej 4 godzin	8,0	18,8	11,4
	Komputer	do półtorej godziny	17,0	6,9	0,0
		od 2 do 3,5 godzin	31,0	6,9	0,0
		powyżej 4 godzin	12,0	1,0	0,0
	Internet	do półtorej godziny	4,0	6,9	0,0
		od 2 do 3,5 godzin	9,0	3,0	0,0
		powyżej 4 godzin	5,0	0,0	0,0
NIEDZIELA	Telewizja	do półtorej godziny	11,0	4,0	9,1
		od 2 do 3,5 godzin	37,0	25,7	20,5
		powyżej 4 godzin	50,0	63,4	65,9
	Radio	do półtorej godziny	31,0	19,8	26,1
		od 2 do 3,5 godzin	15,0	20,8	25,0
		powyżej 4 godzin	7,0	13,9	9,1
	Komputer	do półtorej godziny	20,0	7,9	0,0
		od 2 do 3,5 godzin	29,0	9,9	0,0
		powyżej 4 godzin	15,0	1,0	0,0
	Internet	do półtorej godziny	7,0	6,9	0,0
		od 2 do 3,5 godzin	8,0	6,9	0,0
		powyżej 4 godzin	5,0	0,0	0,0

Źródło:  
badania  
własne

Najwięcej czasu wolnego badane generacje poświęcają **telewizji**. W dzień powszedni odbiór przekazów telewizyjnych zajmuje im najczęściej od 2 do 3 i pół godziny, zaś w dni wolne od nauki szkolnej i pracy zawodowej (sobota, niedziela) – powyżej 4 godzin. Mało liczną grupę stanowią osoby korzystające z telewizji nie dłużej niż półtorej godziny dziennie.

Ponad połowa młodych (59%) na korzystanie z telewizji w dzień powszedni przeznaczają od 2 do 3 i pół godziny, zaś 27% nie więcej niż półtorej godziny. Sądę, że ten stosunkowo nieduży wymiar czasu wolnego poświęcany telewizji jest wyznaczany obowiązkami, jakie pełnią dzieci i młodzież w szkole oraz gospodarstwie rodziców/dziadków. Wraz ze wzrostem ilości czasu wolnego (w dni wolne od nauki szkolnej), wzrasta również budżet czasu poświęcany telewizji do ponad 4 godzin (w dzień powszedni – 9%, sobotę – 49%, niedzielę – 50%)<sup>12</sup>. Ponad połowa rodziców (52,5%), podobnie jak ich dzieci, na korzystanie z telewizji w dzień powszedni przeznaczają nie więcej niż 3 i pół godziny. Wielogodzinna praca w gospodarstwie powoduje, że również w sobotę prawie połowa rodziców (46,5%) korzysta z telewizji nie dłużej niż 3 i pół godziny. W niedzielę natomiast budżet czasu wolnego poświęcany przez większość badanych rodziców (63,4%) na oglądanie telewizji przekracza 4 godziny. Interesujące jest to, że większość seniorów z badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich codziennie przeznaczają na korzystanie z telewizji więcej niż 4 godziny (w dzień powszedni – 42%, sobotę – 46,6%, niedzielę – 65,9%). Wielogodzinne oglądanie programów telewizyjnych wydaje się naturalną konsekwencją sytuacji społeczno-kulturowej starszej generacji. W większości pokolenie dziadków są to ludzie nieaktywni zawodowo oraz społecznie, prezentujący niski poziom uczestnictwa w kulturze, dysponujący nadmiarem czasu wolnego (powyżej 5 i pół godziny dziennie). Codzienne spędzanie wielu godzin przed ekranem telewizora stanowi najczęstszy sposób wypełniania czasu wolnego babć i dziadków.

Analiza statystyczna wykazała, że pokoleniowość istotnie statystycznie różnicuje wymiar czasu wolnego poświęcanego przez badanych na odbiór przekazów telewizyjnych. Podkreślić należy, że w dzień powszedni występuje wyraźny związek między zmiennymi ( $C_{kor}=0,45$ ), natomiast w odniesieniu do soboty ( $C_{kor}=0,27$ ) i niedzieli ( $C_{kor}=0,23$ ) związek słaby.

W odniesieniu do **radia** można zauważyć pewien constans, jeżeli chodzi o budżet czasu wolnego przeznaczany przez badanych na korzystanie z tego medium. Zarówno w dzień powszedni, jak i w sobotę oraz niedzielę czas poświęcany radiu przez wszystkie generacje przybiera zbliżone wartości. Dzieci i młodzież na odbiór audycji

<sup>12</sup> Por. J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja...*, dz. cyt.; J. Gajda, *Telewizja w upowszechnianiu kultury*, Warszawa 1982; J. Gajda, *Rosnąca rola mass mediów – zagrożenia i szanse w edukacji*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1997; M. Wawrzak-Chodaczek, *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, Wrocław 2000.

radiowych przeznaczają nie więcej niż półtorej godziny (w dzień powszedni – 43%, sobotę – 42%, niedzielę – 31%). Badani rodzice i dziadkowie na codzienne słuchanie audycji radiowych poświęcają od 2 do 3 i pół godziny. Pokoleniowość różnicuje zatem w sposób istotny statystycznie ( $p < 0,10$  (-6)) budżet czasu wolnego przeznaczanego przez badanych na odbiór audycji radiowych. Wartość czynnika  $C_{kor} = 0,42$  wskazuje na wyraźny związek między zmiennymi. Osoby korzystające z radia traktują przekazy radiowe jako swego rodzaju „tło” towarzyszące wykonywaniu różnych czynności dnia codziennego: nauki, pracy, przygotowywania posiłków. Sporadycznie natomiast używają radia z zamiarem wysłuchania określonej audycji.

Najbardziej liczną grupę użytkowników **komputera** stanowią młodzi (tabela 8). Czas spędzany przez pokolenie młodych przed monitorem komputera w dzień powszedni najczęściej nie przekracza półtorej godziny (35%), zaś w dni wolne od nauki w szkole zawiera się w przedziale od 2 do 3 i pół godziny (w sobotę – 31%, niedzielę – 29%). Uważam, że taki wymiar czasu mieści się w granicach normy higienicznej. Wprawdzie większość czasu spędzanego przed komputerem wypełniają gry, to jednak obok walorów rozrywkowych, komputer stanowi dziś ważny instrument dydaktyczny<sup>13</sup> i często jest wykorzystywany jako pomoc w odrabianiu lekcji (encyklopedie multimedialne, płyty CD dołączone do podręczników)<sup>14</sup>. Mało liczna jest grupa młodych, którzy na korzystanie z komputera przeznaczają więcej niż 4 godziny (w dzień powszedni – 3%, sobotę – 12%, niedzielę – 15%). Sądzę, że niski odsetek dzieci i młodzieży nierozsądnie użytkujących komputer jest efektem troski i kontroli sprawowanej przez rodziców i dziadków. Badani rodzice niejednokrotnie w trakcie wywiadów twierdzili:

*Zabramy dzieciom korzystać z komputera, kiedy za długo przed nim przesiadują (kobieta, 31 lat; kobieta, 39 lat);  
...Kiedy trzeba odrabiać lekcje (kobieta, 35 lat).*

Dziadkowie, mimo iż sami nie korzystają z multimedii (z wyjątkiem 1 seniora), reagują:

*...Gdy wnuki zbyt długo przesiadują przed komputerem (kobieta, 62 lata; kobieta, 63 lata; kobieta, 70 lat);  
...Gdy jest zabijanie ludzi (mężczyzna, 67 lat).*

Nie wszyscy badani rodzice korzystają z komputera. Wymiar czasu poświęcany przez nich na używanie komputera w dzień powszedni nie przekracza półtorej

<sup>13</sup> S. M. Kwiatkowski, *Gry komputerowe – wzory zachowań prowadzące do sukcesu*, (w:) J. Izdebska, T. Sosnowski (red.), *Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa*, dz. cyt.

<sup>14</sup> E. Nowicka, *Wykorzystanie edukacyjnych programów komputerowych w przygotowaniu dzieci najmłodszych do nauki czytania i pisanie*, (w:) J. Izdebska, T. Sosnowski (red.), *Dziecko i media elektroniczne...*, dz. cyt.

godziny (11,9%). Nieco więcej czasu niektórzy rodzice spędzają przed komputerem w sobotę oraz niedzielę. Dotyczy to jednak pojedynczych osób (w sobotę – 6,9%, niedzielę – 9,9%). Dość niski odsetek rodziców korzystających z komputera jest efektem braku podstawowych umiejętności w zakresie instrumentalnej obsługi tego medium. Rodzice korzystający z komputera w większości czynią to w obecności dzieci biegłych w tej dziedzinie.

Podobnie jak w przypadku komputera, również w odniesieniu do **Internetu** największą ilość czasu wolnego poświęca temu medium pokolenie młode. Interesujące jest jednak to, że w porównaniu z innymi mediami elektronicznymi (telewizją, radiem, komputerem) z Internetem młodzi obcują najczęściej w dzień powszedni. Czas korzystania z sieci internetowej zawiera się w przedziale czasu do półtorej godziny (18%) bądź od 2 do 3 i pół godziny (15%). Pokolenie młode częściej korzysta z Internetu w dzień powszedni, ponieważ mają oni kontakt z tym medium zarówno w domu rodzinnym, jak i szkole (pracownie komputerowe), w domu u kolegi lub koleżanki. Naturalne jest zatem, że w dni wolne od nauki spada odsetek badanych dzieci i młodzieży korzystających z Internetu<sup>15</sup>. Dodać należy, że w sobotę oraz niedzielę nieznacznie zwiększa się wymiar czasu przeznaczanego przez młodych na korzystanie z sieci internetowej od 2 do 3 i pół godziny, ale dotyczy to tylko pojedynczych osób (w sobotę – 9%, niedzielę – 8%). Młodzież gimnazjalna poświęca więcej czasu wolnego na korzystanie z Internetu w porównaniu z dziećmi ze szkoły podstawowej. Istnieje wyraźny związek między aktualnym poziomem edukacji pokolenia młodego a ilością czasu przeznaczaną na korzystanie z Internetu. Różnice te są istotne statystycznie zarówno w odniesieniu do dnia powszedniego ( $p=0,0045$ ;  $C_{kor}=0,44$ ), soboty ( $p=0,0059$ ;  $C_{kor}=0,44$ ), jak też niedzieli ( $p=0,0034$ ;  $C_{kor}=0,45$ ). Z Internetu korzystają również niektórzy rodzice. Czas, jaki poświęcają oni na surfowanie w sieci internetowej nie przekracza wymiaru półtorej godziny dziennie (w dzień powszedni – 5,9%, sobotę – 6,9%, niedzielę – 6,9%). Również i w tym przypadku tak niska liczba użytkowników Internetu spowodowana jest brakiem umiejętności posługiwania się tym medium oraz ciągle jeszcze ograniczonym dostępem do Internetu w środowisku wiejskim.

Pokoleniowość nie różnicuje istotnie statystycznie budżetu czasu wolnego, jaki badane generacje przeznaczają na korzystanie z komputera i Internetu. Można jedynie wnosić o pewnych tendencjach wskazujących na nieco większy budżet czasu wolnego przeznaczanego przez dzieci i młodzież oraz ich rodziców na używanie multimedii w sobotę i niedzielę.

Scharakteryzowany budżet czasu wolnego, jaki badane generacje przeznaczają na korzystanie z mediów audiowizualnych oraz częstotliwość korzystania

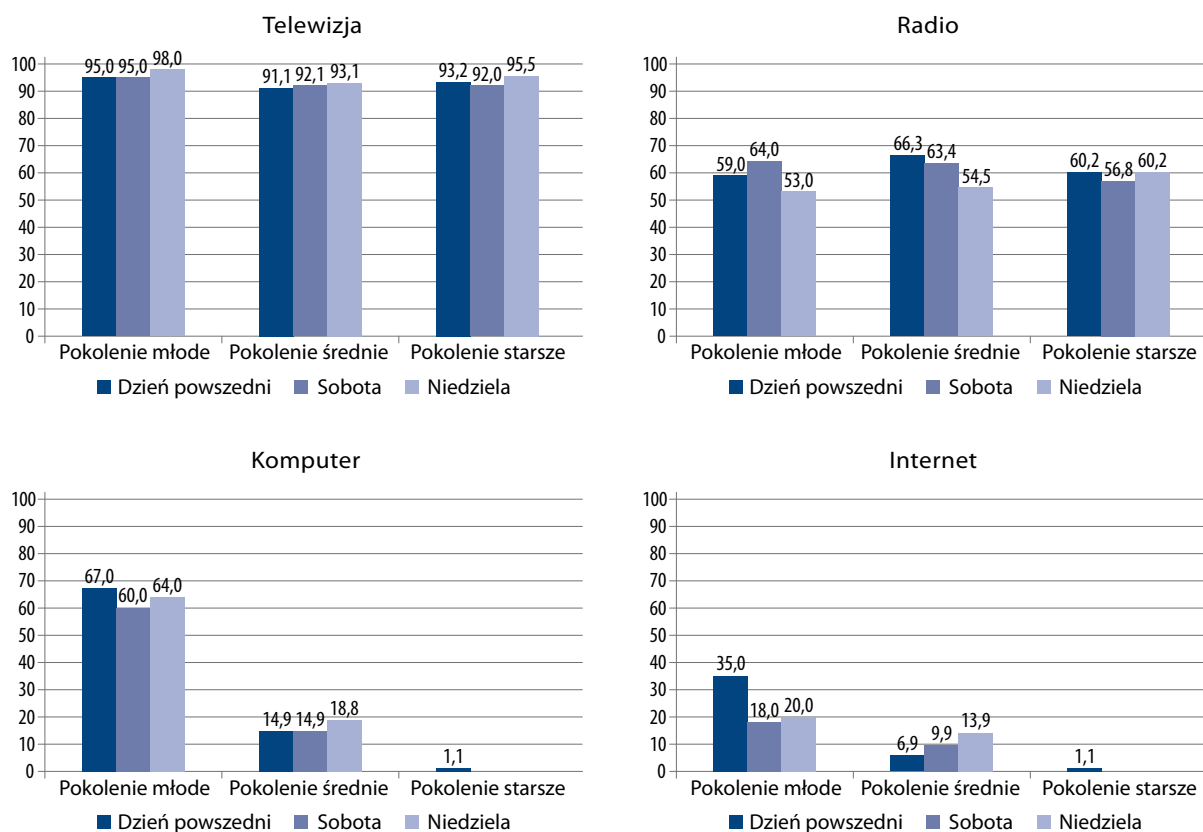
<sup>15</sup> W badanym środowisku wiejskim połączenie z siecią Internetu ma tylko 21,8% gospodarstw domowych.



z poszczególnych mediów świadczą poniekąd o istnieniu określonych preferencji poszczególnych mediów elektronicznych.

Odbiorca przekazów medialnych i multimedialnych dysponuje obecnie szerokim wachlarzem narzędzi (mediów), którymi może się posługiwać w poznawaniu rzeczywistości. Dane przedstawione na wykresie 3 wskazują na dużą popularność **telewizji** wśród innych mediów elektronicznych, z których korzystają badani. We wszystkich pokoleniach odsetek preferujących telewizję zarówno w dzień powszedni, w sobotę, jak i niedzielę, przekracza 90% (w pokoleniu starszym wynosi 98%). Telewizja jest to najbardziej lubiane medium (telewizji nie lubi jedynie 2% dzieci i młodzieży, 1% rodziców i 1,2% dziadków). Ze względu na powszechny i łatwy dostęp do telewizji, jest to również medium najczęściej używane.

Wykres 3. Preferencje mediów elektronicznych wśród badanych generacji (w %)



Źródło: badania własne

Młodzi lubią korzystać z telewizji, ponieważ jak twierdzą:

*Telewizja to najlepszy dostęp do informacji* (chłopiec, 16 lat);

*W telewizji są ciekawe programy dla dzieci* (chłopiec, 10 lat);

*Lubię oglądać telewizję, można się wiele dowiedzieć* (chłopiec, 13 lat).

Z wypowiedzi badanych wynika, że telewizja stanowi atrakcyjną formę przekazu komunikacyjnego. Pamiętać należy, że dzisiaj zapoznawanie się dzieci z kulturą częściej zdarza się podczas kontaktu z telewizją oraz innymi mediami<sup>16</sup> niż z książką, opowiadaniem rodziców lub dziadków. Badani dorośli zwracali natomiast uwagę na to, że:

*Telewizja uczy, bawi, relaksuje, zapewnia kontakt ze światem (kobieta, 40 lat);  
Umożliwia otrzymanie informacji, poszerza horyzonty wiedzy (kobieta, 37 lat);  
Telewizja przekazuje informacje i widzę ludzi na ekranie (kobieta, 52 lata);  
Z telewizji można dowiedzieć się wiele potrzebnych rzeczy, a także miło spędzić czas (mężczyzna, 62 lata);  
Telewizja to moje okno na świat (kobieta, 76 lat).*

Oglądanie telewizji stanowi ponadto najbardziej popularny sposób spędzania czasu wolnego, co jest efektem powszechności, dostępności do medium, jakim jest telewizja<sup>17</sup>.

Wysoką pozycją w życiu badanych pokoleń cieszy się również **radio**. Pomimo iż jest to medium w większości lubiane umiarkowanie (pokolenie młode – 54,4%, średnie – 50,6%, starsze – 70,7%), to jednak jest codziennie „obecne” w badanych rodzinach (wykres 3). Najczęściej jednak radio stanowi swoiste „tło” dla wykonywania codziennych obowiązków związanych z odrabianiem lekcji, przygotowywaniem posiłków, rodzinnych lub sąsiedzkich dyskusji, odpoczynku. Świadczą o tym wypowiedzi badanych:

*Lubię słuchać piosenek (dziewczyna, 6,5 lat);  
Można coś robić i jednocześnie słuchać (kobieta, 45 lat);  
Lubię modlić się, słuchając Radia Maryja (kobieta, 70 lat; kobieta, 79 lat).*

Nieco inny status wśród mediów, w jakie wyposażone są badane gospodarstwa domowe, ma **komputer**. To medium ze względu na atrakcyjność, interaktywność i swobodę w korzystaniu jest preferowane głównie przez dzieci i młodzież (w dzień powszedni – 67%, sobotę – 60%, niedzielę – 64%). Ponad połowa badanych młodych (64,1%) bardzo lubi korzystać z komputera, zaś 28,3% robi to z umiarkowaną przyjemnością.

*Lubię pracę z komputerem i dzięki niemu mogę rozmawiać z innymi ludźmi (dziewczyna, 16 lat);  
Bardzo lubię grać na komputerze, zajmuje mi czas i się wtedy nie nudzę (dziewczyna, 10 lat).*

<sup>16</sup> S. Juszcyk, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*, Katowice 2000; M. Wawrzak-Chodaczek, *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, dz. cyt.

<sup>17</sup> We wszystkich badanych rodzinach obecny był przynajmniej jeden odbiornik telewizyjny, zaś w przypadku 67,3% – dwa lub więcej.

Wiele opracowań naukowych sygnalizuje problem zagrożenia, jakie niesie dla dziecka niekontrolowane użytkowanie komputera<sup>18</sup>, jednak racjonalne korzystanie z tego multimediu (np. gry edukacyjne, quizy, encyklopedie multimedialne) może prowadzić do redukcji lęku, napięć, może wzmacniać poczucie wartości, kompetencji, rozbudzać zainteresowania, usprawniać zdolności manualne, sprzyjać kreatywności dziecka. Z komputera korzystają również rodzice (28%). Pomimo iż prawie połowa z nich traktuje to jako czynność, którą lubią umiarkowanie – *To jest złodziej czasu, zajmuje, nie pozwalając na nudę* (kobieta, 32 lat) – to jednak niektórzy z nich używają go codziennie (w dzień powszedni – 14,9%, sobotę – 14,9%, niedzielę – 18,8%). Sądzę, że wspomniana niechęć do tego medium wynika z braku wiedzy na temat możliwości komputera (najczęściej utożsamianego wyłącznie z rozrywką) oraz braku umiejętności obsługiwanego tego urządzenia. Z informacji uzyskanych podczas przeprowadzonych wywiadów wynika, że rodzice korzystający z komputera najczęściej czynią to w obecności (przy pomocy) ich dzieci.

Podobną pozycję w życiu badanych generacji zajmuje **Internet**. Jest to medium popularne (bardzo lubię – 46,1%) głównie wśród młodzieży (szczególnie w dzień powszedni – 35%). Badani twierdzili, że:

*W Internecie mogę porozmawiać z ludźmi, obejrzeć film, przeczytać książkę itp.*  
(dziewczyna, 14 lat);

*Lubię korzystać z Internetu, mogę się z niego wszystkiego dowiedzieć* (dziewczyna, 16 lat);

*W Internecie można znaleźć praktycznie wszystkie informacje* (chłopiec, 16 lat);

*Są tam informacje, które mogą zastąpić inne media* (chłopiec, 14 lat);

*Lubię kontaktować się przez Internet ze znajomymi, dowiaduję się codziennych wiadomości* (chłopiec, 16 lat);

*Internet jest bardzo szerokim źródłem informacji, za jego pomocą można dowiedzieć się tyle samo ważnych wiadomości co z telewizji czy też z gazet. Przy pomocy komunikatorów internetowych można porozumiewać się ze znajomymi nie tylko z Polski* (chłopiec, 16 lat).

Internet stwarza zatem młodemu pokoleniu możliwość natychmiastowego „dotknięcia świata” w różnych jego odsłonach: nawiązywania nowych znajomości, komunikowania się z ludźmi, których być może nigdy w swoim „rzeczywistym życiu” nie spotkają, zdobywania coraz to nowych informacji z różnych dziedzin nauki, techniki, kultury. W kontekście kluczowego zagadnienia tej pracy – uczestnictwa w kulturze audiowizualnej – zaryzykować można tezę, że Internet stanowi swoiste „domowe centrum kultury” stanowiące substytut kina, teatru, estrady

<sup>18</sup> M. Braun-Gałkowska, I. Ulfik, *Zabawa w zabijanie*, Warszawa 2000.

muzycznej, literatury. Wszystkie wspomniane „digitalne bogactwa” znajdują się w zasięgu ręki (palca – z łac. *digitus*)<sup>19</sup> użytkownika. Rodzice i dziadkowie sporadycznie korzystają z Internetu. Dla połowy badanych rodziców (51,6%) Internet jest medium nielubianym (głównie ze względu na to, że odciąga od obowiązków oraz demoralizuje młodych). Pomimo to dla niektórych z nich (13,9%) zwłaszcza w niedzielę, surfowanie w sieci internetowej jest interesującym sposobem spędzania czasu wolnego. Badani seniorzy natomiast, poza jednym wyjątkiem, nie korzystają z komputera i Internetu.

Widoczny jest tu zatem wyraźny kontrast międzypokoleniowy w zakresie korzystania przez badanych z multimediiów (komputera i Internetu). Generacja średnia i starsza preferuje raczej „tradycyjne” media elektroniczne – telewizję i radio. Są to media „oswojone, udomowione”, które od lat zajmują ustaloną przestrzeń w życiu rodziców i dziadków. Z tego też względu w tych generacjach telewizja i radio charakteryzują się wysoką częstotliwością korzystania, dużą ilością czasu wolnego poświęcanego na odbiór przekazów radiowo-telewizyjnych oraz wyraźną popularnością. Multimedia natomiast (komputer i Internet) traktowane są jako swoiste *novum*, nieosiągalne dla większości badanych rodziców i dziadków, głównie ze względu na brak odpowiednich kompetencji medialnych, tj. wiedzy dotyczącej zasad działania tych mediów, roli jaką one odgrywają we współczesnym świecie oraz braku instrumentalnych umiejętności posługiwania się tymi urządzeniami.

Podobnie jak różne są preferencje poszczególnych mediów elektronicznych różna jest też pora korzystania z mediów w badanych gospodarstwach domowych. Zaryzykować można stwierdzenie, że pierwszym uruchamianym „elektronicznym domownikiem” jest radio. Medium to towarzyszy członkom rodziny od wczesnych godzin porannych. **Rano** korzysta z radia 34% młodych, 46,5% rodziców oraz 38,6% seniorów. Czas poranka (przed rozpoczęciem nauki w szkole, pracy zawodowej lub w obejściu) sprzyja słuchaniu audycji radiowych przy okazji spożywania śniadania, ustalania planu dnia, porządku wykonywanych prac w gospodarstwie. Świadczą o tym komentarze badanych:

*Korzystam z radia przed pójściem do szkoły dlatego, że jak wstaję to jeszcze chce mi się spać, a muzyka mnie bardziej budzi (dziewczyna, 14 lat);*

*Słucham radia, ponieważ lubię z rana posłuchać dobrej muzyki i dowiedzieć się, co słychać w kraju i na świecie (dziewczyna, 15 lat);*

*Robię śniadanie, sprzątam i słucham radia (kobieta, 44 lata);*

*Radio nie przeszkadza w wykonywaniu innych prac (kobieta, 32 lata);*

<sup>19</sup> K. Pankowska, *Rzeczywistość zapośredniczona – nowe problemy wzrastania dziecka w przestrzeni medialnej*, (w:) J. Izdebska (red.), *Media elektroniczne – kreujące obraz rodziny i dziecka*, t. I, Białystok 2008.

*Radia można słuchać, przygotowując rodzinie śniadanie, zmywając, słucham w kuchni (kobieta, 42 lata);*

*Słucham radia, bo chcę wiedzieć, co się dzieje w świecie (mężczyzna, 74 lata);*

*Radio jest mi dostępne i wiem, jak je obsługiwać (kobieta, 66 lat).*

Użytkownicy radia zatem nie odbierają określonych, wybranych przez siebie audycji radiowych, lecz korzystają z radia w znaczeniu swoistego „tła” dla wykonywanych czynności.

W godzinach porannych badani korzystają również z telewizji. W porównaniu z radiem stanowią oni jednak mniej liczną grupę: dzieci i młodzież 18%, rodzice 12,9%, dziadkowie 23,9%. Pokolenie młodych korzysta rano z telewizji, ponieważ:

*Lubię z rana oglądać filmy animowane (chłopiec, 10 lat);*

*Mam chwilę przed szkołą, aby coś pooglądać (chłopiec, 7 lat);*

*Oglądam filmy rysunkowe, podobają mi się i czekam w tym czasie, aby iść do szkolnego autobusu (chłopiec, 14 lat).*

Te wypowiedzi świadczą o tym, że telewizja wypełnia niemal każdą wolną chwilę, również czas, jaki pozostaje im do wyjścia do szkoły, a który mógłby być wykorzystany na odświeżenie i utrwalenie wiedzy, przygotowanie się do lekcji. Rodzice i dziadkowie natomiast oglądając telewizję, chcą uzyskać najnowsze wiadomości:

*Lubię wiedzieć, co się dzieje (kobieta, 40 lat);*

*Korzystam z telewizji rano, ponieważ mogę zobaczyć temperaturę na nadchodzący dzień (kobieta, 30 lat);*

*Oglądam rano wiadomości w telewizorze (kobieta, 72 lata);*

*Interesują mnie wiadomości (mężczyzna, 67 lat).*

Starsi korzystają zatem z telewizji nie w kontekście wypełnienia czasu, jaki pozostał im do rozpoczęcia pracy, ale przyświeca im konkretny cel – zdobycie nowych informacji na temat aktualnych wydarzeń, informacji dotyczących pogody. Warto również zaznaczyć, że w godzinach porannych badane generacje sporadycznie korzystają z komputera i Internetu (wyjątki stanowią pojedyncze osoby).

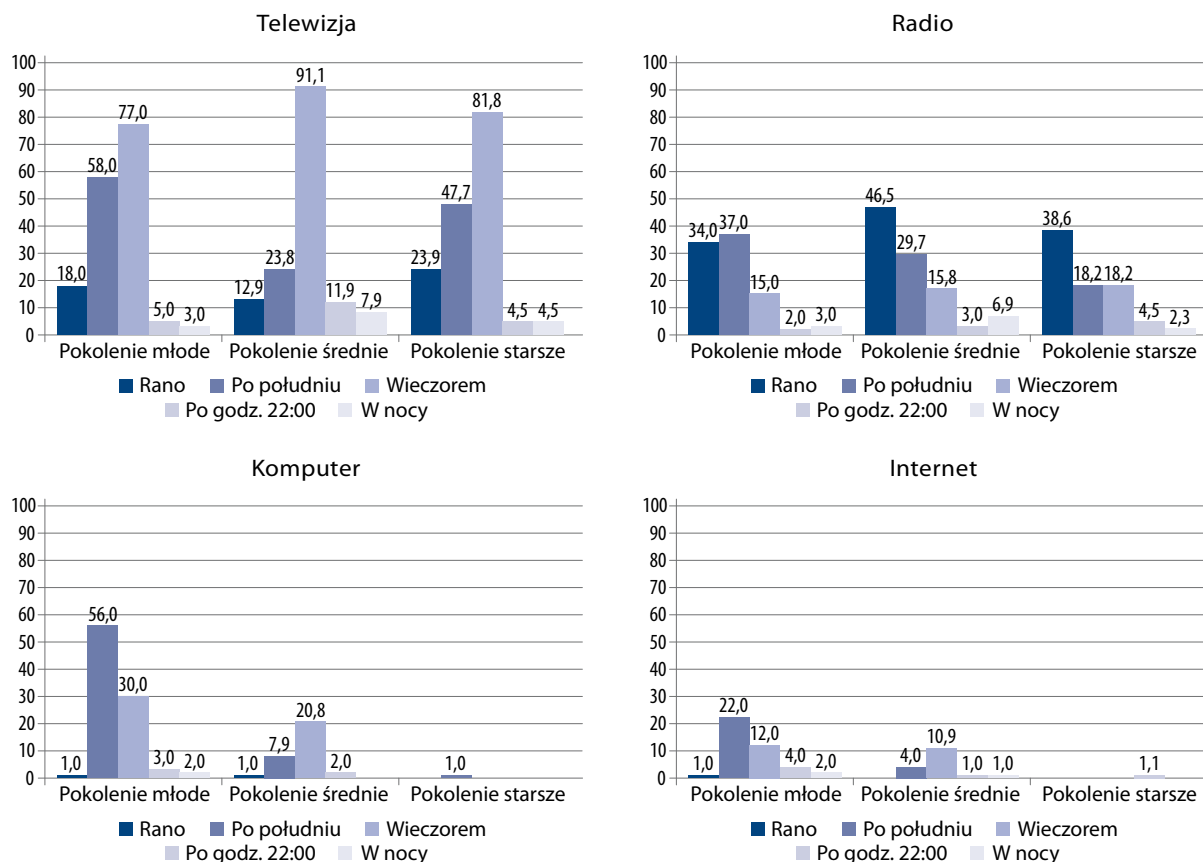
W drugiej części dnia, po wypełnieniu obowiązków szkolnych, związanych także z pracą zawodową lub w gospodarstwie rolnym badane generacje dysponują czasem wolnym, który powinien być przeznaczony na odpoczynek, pielęgnowanie pasji, zainteresowań, wspólne ze sobą przebywanie, rozmowy. Jednakże, na co wskazuje wynik przeprowadzonych badań, w godzinach popołudniowych i wieczornych dochodzi do swoistej intensyfikacji korzystania z mediów elektronicznych. **Po południu** ponad połowa (58%) dzieci i młodzieży najczęściej przeznacza swój czas wolny na korzystanie z telewizji, oglądając ulubione seriale, filmy rysunkowe, bajki,

teleturnieje. Nieco mniejszy odsetek (56%) w godzinach popołudniowych korzysta z komputera, grając w gry komputerowe. Niektórzy młodzi (37%) słuchają audycji radiowych (przeważnie komercyjnych kanałów muzycznych Radia Zet, RMF FM), zaś 22% surfuje w sieci internetowej, odwiedzając popularne portale typu Onet.pl, Wirtualna Polska lub korzystają z komunikatora Gadu-Gadu (najczęściej z kolegami z klasy, niejednokrotnie mieszkającymi w niedużej odległości). Wysokie odsetki osób młodych korzystających w tym czasie z poszczególnych mediów elektronicznych świadczą o zawężaniu rzeczywistej przestrzeni życiowej na rzecz „rzeczywistości zapośredniczonej”. Badani rodzice z kolei w godzinach popołudniowych najczęściej korzystają z radia (29,7%), słuchając audycji muzycznych oraz serwisów informacyjnych. Niektórzy z rodziców (23,8%) oglądają telewizję (głównie serwisy informacyjne), a tylko nieliczni korzystają z komputera (7,8%) i Internetu (4%). Dodać jednak należy, że z multimediiów korzystają oni w towarzystwie dzieci, pomagając im w odrabianiu pracy domowej, wyszukiwaniu potrzebnych na lekcje informacji. Generacja średnia nie odznacza się wysoką frekwencją osób korzystających z mediów elektronicznych w godzinach popołudniowych. W odniesieniu do matek spowodowane jest to koniecznością wykonywania wielu prac w gospodarstwie domowym (m.in. przygotowywania posiłków, obrządków w gospodarstwie rolnym), natomiast ojcowie w godzinach popołudniowych nadal wykonują konieczne prace lub odreagowują zmęczenie przez krótki, regeneracyjny sen.

Prawie połowa badanych dziadków (47,7%) po południu ogląda programy telewizyjne (głównie bardzo popularny w tej generacji serial *Moda na sukces*). Niektórzy seniorzy (18,2%) słuchają audycji radiowych emitowanych przez rozgłośnie Radia Maryja, zaś 1 osoba starsza „korzysta” z komputera (podgląda, co z tym medium robią wnuki).



Wykres 4. Pora korzystania z mediów elektronicznych



Źródło: badania własne

**Pora wieczorna** jest to czas dominacji telewizji. Korzysta z niej 77% dzieci i młodzieży, 91,1% rodziców oraz 81,8% dziadków. Dzieci i młodzież oglądają w tym czasie głównie bajki, ale również seriale, filmy, serwisy informacyjne:

*Oglądam telewizję, żeby dowiedzieć się, co się dzieje w kraju i na świecie, odpocząć i nie myśleć o szkole (chłopiec, 14 lat).*

Rodzice korzystają wieczorem z telewizji *dla odpoczynku* (kobieta, 42 lata). Świadczą o tym wypowiedzi:

*Mam swoje seriale, które lubię oglądać (kobieta, 31 lat);*

*Po obrządkach, po pracy odpoczywam, biernie oglądając telewizję, jest to jedyna rozrywka (kobieta, 42 lata).*

Dziadkowie przeznaczają wieczorem swój czas wolny telewizji, ponieważ jak twierdzili niektórzy:

*Chcę być na bieżąco z informacjami (kobieta, 62 lata);*

*Lubię bardzo oglądać telewizję (kobieta, 72 lata);*

*Oglądam telewizor, bo są ciekawe seriale i po części z nudów (kobieta, 80 lat).*

Pora wieczorna to również czas korzystania z radia. Pokolenie młode (15%) najczęściej słucha w tym czasie muzyki, radiowych list przebojów, rodzice (15,8%) badanych dzieci i młodzieży – serwisów informacyjnych, zaś dziadkowie (18,2%) treści religijnych emitowanych przez rozgłośnię Radia Maryja. Wieczorem pokolenie młode i średnie korzysta również z komputera (dzieci i młodzież – 30%; rodzice – 20,8%) i Internetu (dzieci i młodzież – 12%; rodzice – 10,9%). Młodzi w tym czasie najczęściej grają w gry komputerowe oraz korzystają z komunikatora Gadu-Gadu. Rodzice natomiast za pośrednictwem multimediiów szukają informacji z zakresu rolnictwa, budownictwa, polityki.

Badane generacje bardzo rzadko korzystają z mediów elektronicznych **po godzinie 22.00** oraz **późno w nocy**. O tej porze aktywni są nieliczni rodzice, korzystający głównie z telewizji (po godzinie 22.00 – 11,5%; w nocy – 7,5%), ale również z radia (nocą – 6,9%). Świadczą o tym wypowiedzi:

*Zdarza się, gdy jest ciekawy film, to oglądam telewizję i w nocy (kobieta, 42 lata);*

*W nocy bywa coś ciekawego do obejrzenia (kobieta, 32 lata);*

*Jak nie mogę zasnąć, to słucham muzyki w radio (kobieta, 39 lata).*

Pokoleniowość różnicuje istotnie statystycznie porę korzystania z telewizji ( $p=0,0012$ ) oraz Internetu ( $p=0,0043$ ). W odniesieniu do pory korzystania z telewizji występuje słaby związek między zmiennymi ( $C_{kor}=0,27$ ) wskazujący na to, że pokolenie młode nieco częściej korzysta po południu, po wypełnieniu obowiązków szkolnych, natomiast starsze generacje wieczorem. Wyraźny związek między zmiennymi ( $C_{kor}=0,54$ ) dotyczy częstszego korzystania z Internetu przez młodych w godzinach popołudniowych. W odniesieniu do radia oraz komputera należy mówić o pewnych nieistotnych statystycznie tendencjach.

Wyniki badań pokazują różnice międzypokoleniowe w częstotliwości korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych, w budżecie czasu wolnego przeznaczanego na korzystanie z nich, preferencjach medialnych. Należy podkreślić, o czym już pisałem, że najbardziej aktywnym użytkownikiem mediów elektronicznych (telewizji, radia, komputera, Internetu) jest generacja dzieci i młodzieży. Dane przedstawione w tym podrozdziale wskazują również na to, że media elektroniczne, wprowadzając w sposób nierównomierny, to jednak zawładnęły przestrzenią czasu badanych. Są one obecne w życiu dzieci i młodzieży, ich rodziców i dziadków o każdej porze: o poranku, po południu, wieczorem, czasami po godzinie 22.00 oraz w nocy. Pamiętać należy, że w obliczu niekorzystnej sytuacji kulturalnej badanego środowiska wiejskiego, media elektroniczne, w które są wyposażone gospodarstwa domowe stanowią dla poszczególnych generacji ważne (a niekiedy jedyne) źródło rozrywki, wiedzy, nowych informacji. Sądzę jednak, że racjonalne korzystanie z mediów elektronicznych, zarówno w aspekcie częstotliwości, czasu im poświęcanego, jak i pory

odbioru przekazów medialnych i multimedialnych pozwoli na rozpatrywanie znaczenia, funkcji mediów w życiu badanych generacji nie w kategoriach zagrożeń, lecz w kategoriach korzyści, wsparcia w rozwoju.

Operatorzy telewizji kablowej, satelitarnej, platform cyfrowych, rozgłośni radiowych, a także techniki komputerowej, multimedialnej oferują odbiorcom bardzo szeroki zakres tematyczny różnych przekazów medialnych i multimedialnych. Badani z trzech generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich codziennie znajdują się w sytuacji wyboru określonych audycji, programów zróżnicowanych zarówno pod względem poznawczym, artystycznym, jak i wychowawczym. W świetle podstawowych założeń teorii użytkowania i korzyści – publiczność mediów, ich użytkownicy świadomie wykorzystują media dla własnych celów. Media są zatem instrumentem w rękach aktywnych, świadomych swoich dążeń odbiorców, którzy użytkują je w celu zaspokojenia konkretnych potrzeb, czerpiąc określone korzyści. Akcentowany aspekt świadomości odbiorców sugeruje, że w trudnym obecnie procesie selekcji przekazów medialnych i multimedialnych, użytkownicy kierują się osobistymi oczekiwaniami, motywami, zainteresowaniami<sup>20</sup>.

Ponad połowa dzieci i młodzieży (62%) preferuje **programy telewizyjne** o tematyce przygodowej. Oglądają zatem filmy fabularne, seriale przedstawiające losy ulubionych bohaterów, ale również animowane kreskówki i telenowele. Dużym zainteresowaniem wśród młodych cieszą się również programy o tematyce przyrodniczej (57%), emitowane zarówno na typowo przyrodniczych kanałach telewizji satelitarnej (*Discovery, Animal Planet*), jak i w telewizji publicznej (filmy *BBC w Jedyńce*). Ponad połowa młodych (54%) preferuje programy rozrywkowe: teleturnieje, poranne programy rodzinne, talk-show, programy przeznaczone dla dzieci i młodzieży. Połowa dzieci i młodzieży (50%) ogląda programy o tematyce sportowej: serwisy informacyjne, transmisje sportowe, relacje z inauguracji i zamknięcia igrzysk olimpijskich.

Zastanawiający jest wysoki procent osób młodych preferujących treści o tematyce sensacyjnej, kryminalnej – 46% (popularne seriale *Glina, W-II Wydział Śledczy, Detektywi*). Ta tematyka programów telewizyjnych natomiast nie jest wysoko preferowana przez pokolenia dorosłe (rodzice – 32,7%, dziadkowie – 14,8%). Widoczna różnica w liczebności audytorium preferującego tematykę sensacyjno-kryminalną w badanych rodzinach wskazuje na częściowo niekontrolowany przez dorosłych odbiór tego rodzaju treści przez dzieci i młodzież. Interesujące jest również to, że tylko niektórych młodych (33%) interesuje tematyka informacyjna bądź religijna (20%). Stwierdzić zatem można, że zainteresowania telewizyjne badanych dzieci i młodzieży koncentrują się głównie na programach o charakterze rozrywkowym, ale też poznawczym, których odbiór zaspokaja ich naturalną potrzebę poznawania świata,

<sup>20</sup> J. Gajda, *Media w edukacji*, Kraków 2005.

zarówno otaczającej przyrody, jak i świata relacji międzyludzkich prezentowanych w oglądanych przez nich serialach, filmach przygodowych i fabularnych.

Tabela 9. Tematyka odbieranych przekazów medialnych i multimedialnych preferowana przez badane generacje (w%)

lp	Telewizja					
	Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
1	Przygodowa	62	Informacyjna	62,4	Informacyjna	56,8
2	Przyrodnicza	57	Rozrywkowa	55,4	Obyczajowa	43,2
3	Rozrywkowa	54	Przygodowa	52,5	Rozrywkowa	39,8
4	Sportowa	50	Przyrodnicza	48,5	Przygodowa	39,8
5	Sensacyjna	46	Obyczajowa	39,6	Przyrodnicza	35,2
Radio						
	Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
1	Muzyczna	65	Muzyczna	51,5	Religijna	43,2
2	Rozrywkowa	23	Informacyjna	34,7	Informacyjna	29,5
3	Religijna	19	Rozrywkowa	26,7	Muzyczna	19,3
4	Informacyjna	17	Religijna	14,9	Społeczna	8
5	Sportowa	11	Społeczna	9,9	Rozrywkowa	5,7
Komputer						
	Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
1	Rozrywkowa	40	Popularnonaukowa	4	Popularnonaukowa	1,1
2	Muzyczna	15	Informacyjna	4	Przyrodnicza	1,1
3	Przygodowa	10	Rozrywkowa	3		
4	Informacyjna	8	Sportowa	2		
5	Przyrodnicza	7	Muzyczna	2		
Internet						
	Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
1	Rozrywkowa	25	Informacyjna	6,9	Informacyjna	1,1
2	Informacyjna	15	Popularnonaukowa	4	Rozrywkowa	1,1
3	Muzyczna	13	Muzyczna	3		
4	Popularnonaukowa	12	Kulturalna	3		
5	Przyrodnicza	10	Rozrywkowa	1		

Źródło: badania własne (zaprezentowane dane odnoszą się do pięciu, które otrzymały największy odsetek wskazań; istniała możliwość wielokrotnego wyboru, zatem suma wskazań przekracza 100%)

W odróżnieniu od pokolenia młodego upodobania telewizyjne większości dorosłych koncentrują się na programach o tematyce informacyjnej (rodzice – 62,4%, dziadkowie – 56,8%), dzięki którym zdobywają oni najnowsze wiadomości o wydarzeniach lokalnych, w kraju i na świecie, ze świata polityki, życia społecznego. Kolejną cechą różniącą dzieci i młodzież od dorosłych jest preferowanie przez rodziców (39,6%) i dziadków (43,2%) programów telewizyjnych zawierających tematykę obyczajową, przedstawiających prawdopodobne (lub oparte na faktach) sytuacje życiowe. Niektórzy tylko rodzice i dziadkowie oglądają programy muzyczne (rodzice 19,8%, dziadkowie 6,8%) lub magazyny kulturalne (rodzice – 21,8%, dziadkowie – 18,2%). Świadczy to o braku zainteresowania pokolenia średniego i starszego wydarzeniami z dziedziny kultury, a koncentrowaniu się na programach telewizyjnych, dzięki którym zdobywają informacje na temat bieżących wydarzeń politycznych i społecznych.

Preferencje tematyczne **audycji radiowych** przez ponad połowę dzieci i młodzieży (65%) oraz ich rodziców (52,5%) związane są głównie ze słuchaniem muzyki. Badani traktują tę czynność jako uprzyjemnienie codziennie wykonywanych obowiązków. Muzyki w radiu słuchają również niektórzy seniorzy (19,3%), jednak prawie połowa z nich (43,2%) preferuje tematykę religijną, co jest związane z odbiorem audycji radiowych emitowanych przez rozgłośnię Radia Maryja. Zauważyć również należy, że podobnie jak w przypadku telewizji, tak i w odniesieniu do radia, starsze generacje interesuje tematyka informacyjna słuchanych audycji. Regularnie prezentowanych wiadomości w radiu wysłuchuje 34,7% rodziców i 29,5% dziadków. Sądzę jednak, że radiowe serwisy informacyjne stanowią jedynie uzupełnienie treści oglądanych w telewizji.

Stwierdzić zatem można, że w badanych wielopokoleniowych rodzinach większe radio jest wykorzystywane w celu uprzyjemnienia codzienności (słuchanie muzyki), ale również zdobywania aktualnych informacji (głównie wśród dorosłych) oraz modlitwy (seniorzy).

Wśród **użytkowników komputera** (co było już podnoszone we wcześniejszych rozdziałach) przeważają ludzie młodzi. Prawie połowa z nich (40%) za pośrednictwem komputera odbiera treści o charakterze rozrywkowym (40%), co związane jest głównie z korzystaniem z gier komputerowych. Dzieci i młodzież (15%) preferują także treści muzyczne, wykorzystując w tym celu popularne odtwarzacze muzyki typu Winamp lub Windows Media Player. Tylko przez niektórych młodych (10%) komputer jest również wykorzystywany do odbioru treści o tematyce przygodowej (oglądają filmy zapisane na nośniku CD lub DVD). Tylko pojedyncze osoby w pokoleniu młodych preferują tematykę informacyjną (8%) bądź przyrodniczą (9%). Zastanawiające jest, że jedynie 5% dzieci i młodzieży wybiera tematykę popularnonaukową. Młodzi nie traktują zatem komputera jako pomocy dydaktycznej, narzędzia służącego zdobywaniu nowych informacji potrzebnych do szkoły, ale głównie jako źródło rozrywki. Na podstawie informacji uzyskanych w trakcie przeprowadzonych wywiadów dodać należy, że głównym

powodem zakupu komputera było przekonanie rodziców, że jest to medium potrzebne dziecku do nauki. Jak wskazują zaprezentowane w tym miejscu wyniki badań, wykorzystywanie komputera przez młodych ma zupełnie odmienny charakter.

Z otrzymanych w trakcie badań danych wynika, że rodzice korzystający z komputera stanowią mało liczną grupę. Tylko pojedyncze osoby (4%) preferują treści o charakterze popularnonaukowym i informacyjnym, z których najczęściej korzystają podczas wspólnego odrabiania z dzieckiem pracy domowej. Kilkoro rodziców wskazywało na tematykę rozrywkową (3%), sportową<sup>21</sup> (2%) oraz muzyczną (2%). Wśród badanych seniorów znajdowała się tylko jedna osoba korzystająca z komputera, preferująca tematykę popularnonaukową oraz przyrodniczą.

Podobnie jak w przypadku komputera, również młodzi **użytkownicy Internetu** preferują głównie treści o charakterze rozrywkowym. Dla 25% badanych dzieci i młodzieży Internet to źródło rozrywki, gier online (*Tibia*) oraz różnych stron internetowych. Młodzi korzystając z Internetu, wybierają strony o tematyce informacyjnej (15%), muzycznej (13%), popularnonaukowej (12%) i przyrodniczej (10%). Internet służy także do komunikowania się ze znajomymi przez komunikator Gadu-Gadu.

Nieliczni rodzice surfują w sieci internetowej w celu uzyskania najnowszych informacji (6,9%), poszerzenia wiedzy na określony temat (zagadnienia popularnonaukowe 4%). Część odwiedza strony muzyczne (3%), serwisy kulturalne (3%) oraz wyszukuje treści rozrywkowe (1%). Jedyne senior korzystający z Internetu preferuje treści o charakterze informacyjnym i rozrywkowym.

Zainteresowania medialne badanych, tematyka programów telewizyjnych, radiowych i multimedialnych, z których korzystają, określa również **typ odbieranych przez nich przekazów**. Największa różnorodność w tym zakresie widoczna jest w odniesieniu do telewizji i radia.

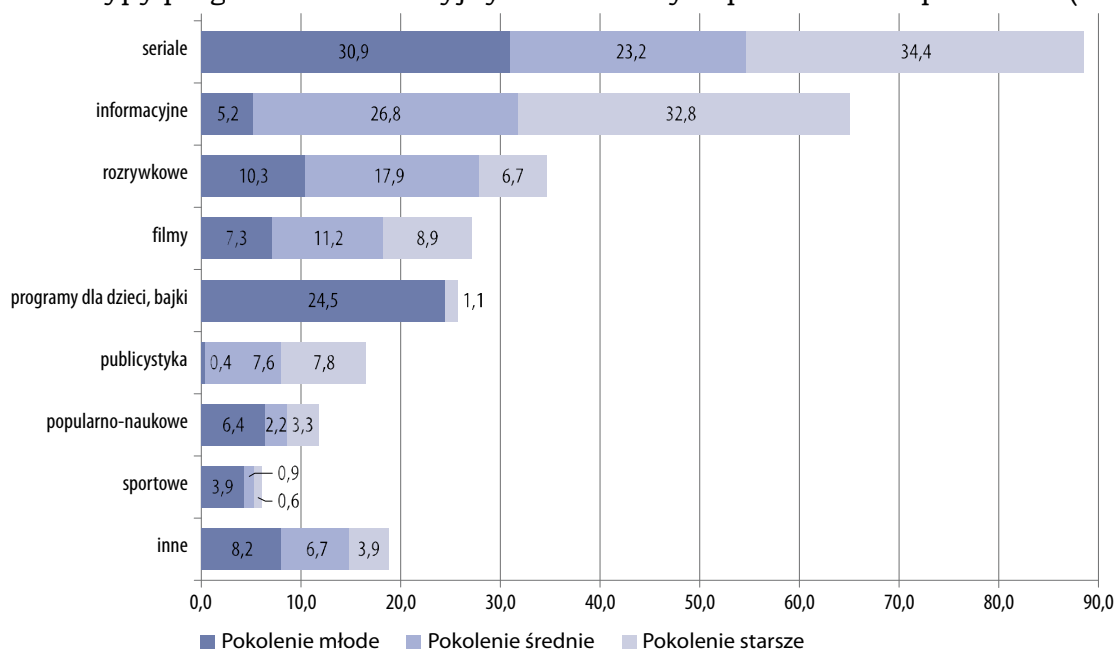
Upodobania **telewizyjne** (wykres 5) większości badanych koncentrują się na **serialach**. Jest to ulubiony typ programów telewizyjnych odbieranych przez dzieci i młodzież (30,9%) oraz rodziców (23,2%) i dziadków (34,4%). Badani często wymieniali tytuły oglądanych seriali emitowanych zarówno w telewizji publicznej (*M jak miłość*, *Plebania*, *Klan*, *Moda na sukces*, *Na dobre i na złe*, *Sąsiedzi*, *Lokatorzy*), jak i w stacjach komercyjnych (*Pierwsza miłość*, *Samo życie*, *Pensjonat pod Różą*, *Na Wspólnej*). Losy ulubionych bohaterów serialowych stanowią przyczynek do wspólnych rozmów, wyciągania wniosków z sytuacji prezentowanych na ekranie telewizora. W niektórych badanych wspólnotach wielopokoleniowych regularne (prawie codzienne), wspólne oglądanie seriali, odbiór przekazów telewizyjnych ma charakter rodzinno-domowy<sup>22</sup>.

<sup>21</sup> Związanych z korzystaniem z gier sportowych.

<sup>22</sup> Por. badania J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja. Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, dz. cyt.



Wykres 5. Typy programów telewizyjnych odbieranych przez badane pokolenia (w %)



Źródło: badania własne

Równie dużą popularnością cieszą się telewizyjne **programy informacyjne**, preferowane głównie przez seniorów (32,8%) oraz rodziców (26,8%). W celu uzyskania informacji dotyczących bieżących wydarzeń z kraju i ze świata dorośli korzystają z ogólnopolskich serwisów informacyjnych, tj. *Wiadomości*, *Panorama*, *Teleexpress*, *Fakty*, *Wydarzenia*, ale również regionalnych, np. *Kurier*, oraz lokalnych, np. *Obiektyw*. Młodzi sporadycznie oglądają serwisy informacyjne (5,2%) – co jest konsekwencją braku zainteresowania tą tematyką – natomiast (co wynika z określonych właściwości i możliwości psychicznych dziecka w tej fazie rozwoju) korzystają z **programów przeznaczonych dla dzieci** (24,5%). Młodsze dzieci oglądają programy edukacyjne: *Domisie*, *Domowe przedszkole*, *Hugo*, *Ziarno*, bajki *Smerfy*, *Muminki*, *Noddy*, *Tabaluga*, natomiast dzieci starsze preferują animowane kreskówki, jak *Happy Tree Friends*, *Włatcy Móch*, *Piesek Leszek* i programy młodzieżowe. Dodać należy, że programy te są odbierane przez pokolenie młode bez obecności osób starszych (tylko jeden badany senior preferuje ten typ przekazów telewizyjnych). Świadczyć to może o tym, że telewizja w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich przyjmuje charakter „elektronicznej niańki”, wyręczającej rodziców i dziadków z pełnionej przez nich funkcji opiekuńczo-wychowawczej<sup>23</sup>. Badane pokolenia często korzystają z **programów rozrywkowych** (teleturnieje, talk-show, rewie) i oglądają **filmy**.

Znamienną jednak cechą, wskazującą na międzypokoleniową różnicę w kontekście preferowanych typów przekazów telewizyjnych, jest popularność **programów publicystycznych**, cieszących się uznaniem głównie dorosłej widowni. Wprawdzie

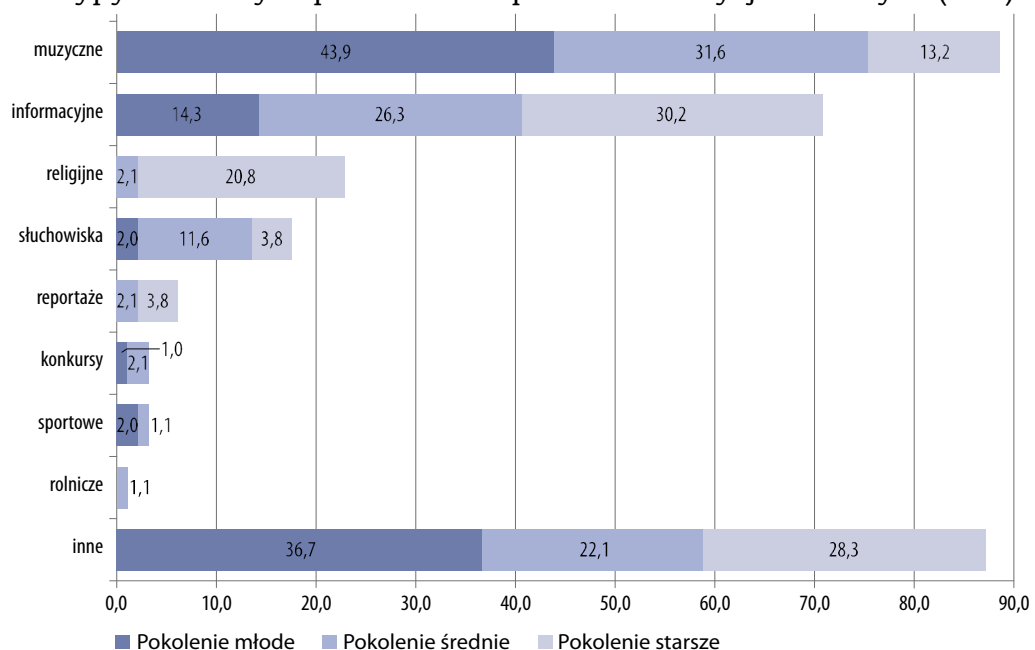
<sup>23</sup> Por. J. Płazewski, *Pokolenie telewizyjne*, „Literatura” 1980, nr 12.

dotyczy to tylko niektórych osób (rodzice – 7,6%, dziadkowie – 7,8%), ale świadczy o tym, że poszukują oni odpowiedzi, rozwiązań na nurtujące ich pytania, problemy rodzinne, prawne. Interesują ich komentarze do wydarzeń politycznych, gospodarczych (*Tydzień, Tomasz Lis na żywo, Forum, Debata*), ale również programy o tematyce społeczno-obyczajowej (*Sprawa dla reportera, Interwencja, Uwaga, Ekspres reporterów*).

W badanych rodzinach korzysta się również (choć nie często) z **programów popularnonaukowych**, jednak ten typ przekazów (podobnie jak programy sportowe, muzyczne i dokumentalne) jest preferowany przez pojedyncze osoby. Świadczy to o tym, że telewizja w badanych rodzinach pełni rolę medium, które zapewnia korzystającym rozrywkę oraz dostęp do bieżących informacji. Wyjaśnienia wymaga kategoria „inne”. Zaliczono do niej odpowiedzi badanych, które nie wskazywały wyraźnie na określony typ wybieranych przekazów, a zawierały jedynie informację dotyczącą nazwy stacji telewizyjnej, z której badani korzystają.

Upodobania **radiowe** (wykres 6), głównie pokolenia młodego i średniego, koncentrują się na **programach muzycznych** (dzieci i młodzież – 43,9%, rodzice – 31,6%). Tylko nieliczni seniorzy (13,2%) słuchają w radiu muzyki. Częściej natomiast odbierają treści o charakterze **religijnym** (20,8%). Nieco większy odsetek badanych dziadków (30,2%) korzysta z tego medium w celu wysłuchania **audycji informacyjnych**. Również niektórzy badani z pokolenia dzieci i młodzieży (14,3%) oraz rodziców (26,3%) traktują radio jako źródło aktualnych informacji. Dorośli radiosłuchacze (rodzice – 11,6%, dziadkowie – 3,8%) wybierają **słuchowiska** (*Co w trawie piszczy – gawędy Simony Kossak, Lato z Radiem, Popołudnie z Jedyńką, Sygnały dnia*) oraz **reportaże** przedstawiające życie zwykłych ludzi, ich pasje oraz problemy, z którymi słuchacze mogą się utożsamiać.

Wykres 6. Typy słuchanych przez badane pokolenia audycji radiowych (w %)



Źródło: badania własne

Badani okazjonalnie wybierają radiowe programy sportowe, rolnicze, sporadycznie uczestniczą w konkursach. Liczną natomiast grupę stanowią osoby, których wypowiedzi zostały zakwalifikowane do kategorii „inne”. Kategoria ta zawiera jedynie odpowiedzi wskazujące na nazwę słuchanej rozgłośni radiowej (Radio Zet, RMF FM, Program Pierwszy Polskiego Radia, Polskie Radio Białystok, Radio Jar, Program Trzeci Polskiego Radia). Świadczy to o tym, że ci badani słuchają radia przypadkowo, nie zwracając uwagi na emitowane przez to medium przekazy, komunikaty. Prawdopodobnie dla tej grupy badanych (pokolenie młode – 36,7%, średnie – 22,1%, starsze – 28,3%) radio stanowi „medialne tło” ich codzienności.

W odniesieniu do **komputera i Internetu** osobną kategorię typów przekazów medialnych, a w tym przypadku multimedialnych, stanowią **gry komputerowe** wybierane głównie przez dzieci i młodzież<sup>24</sup>. Wypełniają one większość czasu wolnego poświęcanego temu medium, zwłaszcza w godzinach popołudniowych i wieczornych. Gry komputerowe preferowane są przez większość dzieci i młodzieży (78,9%) korzystających z tego medium. Prawie połowa z nich (46,3%) potrafi zdefiniować typ ulubionej gry. Wśród wielu<sup>25</sup> różnych gier komputerowych, w które grają dzieci i młodzież dominują gry fabularne – 10,6% (*GTA, Mafia, Gothic II*), zręcznościowe – 12,2% (*Mario Bros, Rayman, Packman, Pinball*), sportowe – 6,5% (seria gier *FIFA* oraz *NFS*), przygodowe – 5,7% (*The Sims, Wyprawa na Północ, Iceland*), strategie turowe – 4,1% (*Age of Empire, Kozacy, Tibia*) oraz shootery – 4,1% (*Painkiller, Counter Strike, Conflict Desert Storm*). Jednakże gry komputerowe nie są jedynymi programami, z których korzysta młoda generacja. Potrafią oni również obsługiwać bardziej złożone **aplikacje użytkowe** (15,4%) (graficzne, muzyczne) oraz **programy edukacyjne** (5,7%), takie jak *Encyklopedie multimedialne, Mistrz klawiatury* (rozwijające biegłość w posługiwaniu się klawiaturą komputerową), *Multimedialne kursy językowe*. Korzystając z Internetu, pokolenie młode najczęściej odwiedza popularne strony informacyjne [www.interia.pl](http://www.interia.pl), [www.wp.pl](http://www.wp.pl), [www.onet.pl](http://www.onet.pl), serwis rozrywkowy YouTube, portal aukcyjny [www.allegro.pl](http://www.allegro.pl), czaty, blogi, komunikator internetowy Gadu-Gadu oraz prywatne strony internetowe gwiazd sportu, muzyki bądź filmu. Grupa rodziców posługująca się komputerem (31,5%) oraz Internetem (13,9%) najczęściej korzysta z tych mediów w towarzystwie dzieci, układając pasjansa, wspólnie używając programów edukacyjnych, językowych, oglądając zdjęcia oraz filmy. Jeden senior korzystający z komputera i Internetu używa programów popularnonaukowych, natomiast w Internecie odwiedza strony poświęcone pomaganiu innym ludziom.

<sup>24</sup> Por. M. Wawrzak-Chodaczek, *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, Wrocław 2000, s. 174.

<sup>25</sup> Patrz typologia gier komputerowych J. Skrzypczak (red.), *Popularna encyklopedia mass mediów*, Poznań 1999; również S. M. Kwiatkowski, *Gry komputerowe – wzory zachowań prowadzące do sukcesu*, (w:) J. Izdebska, T. Sosnowski (red.), *Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa*, dz. cyt.

Przedstawione wyniki badań potwierdzają przypuszczenia, że multimedia, tj. komputer i Internet w życiu badanych (szczególnie pokolenia młodego) pełnią głównie funkcję rozrywkową, ale także, chociaż w mniejszym stopniu, poznawczą.

Telewizja i inne nowe media „zawładnęły” czasem wolnym człowieka, głównie ze względu na to, że mają one zdolność zaspokajania różnych potrzeb odbiorców, ich zainteresowań<sup>26</sup>. Przypuszczać zatem można, że media elektroniczne zastępują inne zajęcia, często ciekawe i wartościowe. W świetle założeń teorii użytkowania i korzyści, którą przyjąłem jako jedną z podstaw teoretycznych tej pracy, aktywni odbiorcy mediów świadomie z nich korzystają, są nastawieni na osiągnięcie jakiegoś celu, korzyści. Użytkownicy mediów kierują się zatem określonymi motywami, oczekiwaniami, niezaspokojonymi potrzebami, które w kontakcie z mediami mają szansę być zrealizowane. Na podstawie informacji uzyskanych podczas wywiadów (N=40 w każdej generacji), ustaliłem potencjalne potrzeby zgłaszane przez niektórych badanych<sup>27</sup>.

Przeprowadzona analiza statystyczna wskazała na wyraźny związek ( $C_{kor}=0,43$ ) między pokoleniowością a brakiem deklaracji potrzeb i oczekiwań wobec mediów, z których korzystają badane pokolenia. Różnice są istotne statystycznie ( $\chi^2=19,116$ ;  $df=6$ ;  $p=0,004$ ). Nie wszyscy badani użytkownicy zarówno telewizji, radia, komputera, jak i Internetu deklarują niezaspokojone potrzeby kulturalne, twierdząc:

*Nie ma takich (chłopiec, 13 lat);*

*Niczego mi nie brakuje (kobieta, 31 lat);*

*To, co jest – wystarczy (mężczyzna, 82 lata).*

Oznacza to, że ta grupa badanych zaspokaja różnego rodzaju potrzeby kulturalne, wykorzystując treści, z których obecnie korzystają i nie mają żadnych oczekiwań wobec odbieranych programów. Zaznaczyć również należy, że wśród badanych są osoby, które nie wiedzą, czy i jakie nowe przekazy medialne i multimedialne mogą zaspokoić odczuwane przez nich potrzeby kulturalne. W rzeczywistości zatem niewiele jest osób, które potrafią sprecyzować swoje oczekiwania co do mediów, odbieranych treści i odczuwanych potrzeb kulturalnych (tabela 10). Świadczy to o tym, że tylko nieliczni badani korzystają z mediów w sposób świadomy, nastawieni na określony cel, aktywnie poszukujący w mediach określonych korzyści.

Prawie połowa (45%) młodych użytkowników **telewizji** odczuwa brak interesujących filmów. Niektórzy z nich (15%) chcieliby oglądać telewizyjne premiery najnowszych filmów kinowych. Również 15% dzieci i młodzieży chętnie korzystałoby z filmów przyrodniczych, których ich zdaniem w telewizji jest za mało. Nieliczna

<sup>26</sup> J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja...*, dz. cyt., s. 24.

<sup>27</sup> Por. M. Wawrzak-Chodaczek, *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, dz. cyt., s. 119.

grupa badanych z tej generacji (7,5%) odczuwa brak filmów komediowych oraz historycznych. Niektórzy młodzi (5%) chcieliby oglądać więcej nowych seriali, teleturniejów oraz bajek. Pojedyncze osoby (2,5%) natomiast poszukują w telewizji programów zaspokajających ich pasje: programów młodzieżowych, o komputerach, motoryzacyjnych, informacji o gwiazdach filmowych.

Niektórzy badani rodzice (12,5%), podobnie jak ich dzieci, odczuwają brak ciekawych filmów, z tą jednak różnicą, że dotyczy to filmów starych, dobrze znanych, na których wychowało się ich pokolenie (*W kamiennym kręgu*, *Dynastia*, *Powrót do Edenu*). Nieliczni rodzice (7,5%) wymagają również, aby telewizyjne serwisy informacyjne prezentowały rzetelne informacje. Pojedyncze osoby (2,5%) poszukują w bogatej ofercie telewizji programów edukacyjnych, dotyczących rolnictwa, przyrody oraz premier filmowych.

Tabela 10. Nowe przekazy medialne i multimedialne, które zaspokoiłyby odczuwane przez badanych potrzeby kulturalne (w%)

Telewizja					
Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
Najnowsze filmy	15,0	Stare filmy	12,5	Stare filmy (westerny)	7,5
Filmy przyrodnicze	15,0	Rzetelne informacje	7,5	Filmy historyczne	5,0
Filmy komediowe	7,5	Edukacyjne	2,5	Melodramaty	2,5
Filmy historyczne	7,5	O rolnictwie	2,5	Edukacyjne	2,5
Programy sportowe	5,0	Nowe filmy	2,5	Stare piosenki	2,5
Seriale	5,0	Filmy przyrodnicze	2,5		
Teleturnieje	5,0				
Bajki	5,0				
O komputerach	2,5				
Programy młodzieżowe	2,5				
O mechanice	2,5				
O gwiazdach filmu	2,5				
Radio					
Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
Muzyka	25,0	Muzyka	5,0	Stare piosenki	7,5
Słuchowiska dla dzieci	5,0				
Motoryzacyjne	2,5				
Edukacyjne	2,5				

Ciąg dalszy tabeli na następnej stronie

Ciąg dalszy tabeli 10. z poprzedniej strony

Komputer					
Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
Do muzyki, filmów	27,5	Użytkowe	10,0		
Edukacyjne	25,0	Edukacyjne	10,0		
Użytkowe	20,0	Do muzyki i filmów	7,5		
Gadu-Gadu	7,5	Gadu-Gadu	2,5		
Internet					
Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
Z plikami do skorzystania	10,0	Edukacyjne	5,0		
Z gramami	7,5	O rolnictwie	2,5		
O zwierzętach	5,0				
Sportowe	5,0				
Do uczenia się	2,5				
Motoryzacyjne	2,5				

Źródło: badania własne; w tabeli nie uwzględniono odpowiedzi „żadnych” oraz „nie wiem”, dlatego liczba wskazań nie sumuje się do 100%.

Badani seniorzy również potrafili precyzyjnie określić przekazy medialne, których odbiór zaspokoiłby odczuwane przez nich potrzeby kulturalne. Większość ich oczekiwań związana jest z filmami, które kształtowały ich pokolenie: stare westerny (*Bonanza*), filmy historyczne (*Stawka większa niż życie*, *Czterej pancerni i pies*) oraz melodramaty. Niektórzy seniorzy (2,5%) oczekują programów edukacyjnych oraz starych piosenek.

Oczekiwania badanych wobec **radia** są związane przede wszystkim z tematyką muzyczną (dzieci i młodzież – 25%, rodzice – 5%, dziadkowie – 7,5%). Podkreślić należy, że w starszych generacjach są to jedyne oczekiwania wobec radia. Dzieci i młodzież natomiast wśród audycji radiowych poszukują ponadto słuchowisk (5%), audycji poświęconych motoryzacji (2,5%) oraz audycji edukacyjnych (2,5%).

O ile w odniesieniu do „tradycyjnych mediów elektronicznych” (telewizji i radia) swoje oczekiwania deklarowały wszystkie generacje, o tyle w kontekście **multimediów** (komputer i Internet) tylko pokolenie dzieci i młodzieży oraz rodziców<sup>28</sup>. Młodzi najczęściej deklarowali chęć zdobycia nowych aplikacji **komputerowych** służących odtwarzaniu muzyki oraz filmów (27,5%). Niektórzy z nich (25%) wyrażali potrzebę korzystania z oprogramowania edukacyjnego (encyklopedii i słowników multimedialnych, programów do nauki języków

<sup>28</sup> W pokoleniu starszym z multimediów korzystała tylko jedna osoba, w dodatku w towarzystwie wnuków.



obcych lub pogłębiających ich wiedzę z zakresu historii oraz przyrody). Liczna grupa dzieci i młodzieży (20%) chętnie korzystałaby z nowych programów użytkowych (aplikacji doskonalących edycję tekstu, tworzenie stron internetowych). Pojedyncze osoby (7,5%) wskazywały na potrzebę komunikowania się z innymi przez komunikator Gadu-Gadu. Niektórzy rodzice (10%) używający komputera chcieliby korzystać z programów użytkowych, rozwijających ich biegłość w posługiwaniu się tym medium oraz korzystać z programów edukacyjnych. Pojedynczy rodzice deklarowali chęć pracy na komputerze z wykorzystaniem aplikacji służących odtwarzaniu muzyki i filmów (7,5%) oraz posługiwaniu się komunikatorem Gadu-Gadu.

Nieliczna grupa badanych dzieci i młodzieży (10%) surfujących w **Internecie** najchętniej odwiedzałyby witryny umożliwiające im wymianę plików komputerowych z innymi użytkownikami sieci. Równie chętnie (7,5%) logowałyby się na stronach poświęconych grom komputerowym. Nieliczni młodzi poszukują w Internecie informacji rozwijających ich pasje: o zwierzętach, sportowych, motoryzacyjnych, poświęconych nauce. Pojedynczy rodzice korzystający z Internetu oglądają serwisy poświęcone nauce (5%) oraz rolnictwu (2,5%).

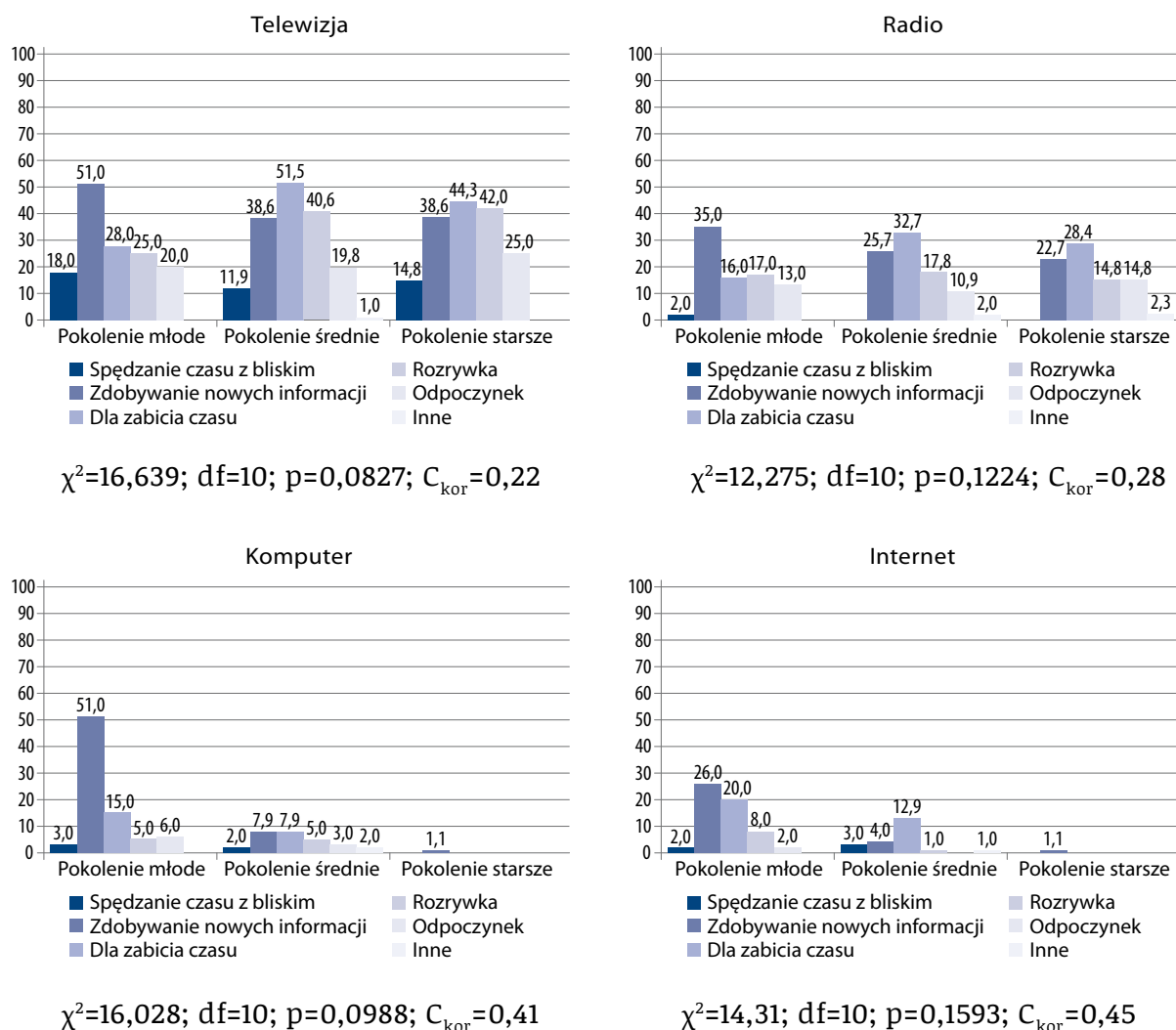
Odczuwane i deklarowane przez badanych potrzeby są wyznacznikami konkretnych motywów, którymi kierują się, korzystając z mediów elektronicznych.

W powszechnym rozumieniu motyw to rodzaj bodźca, który uruchamia aktywność człowieka, jego procesy fizjologiczne, psychiczne, społeczne. Motyw decyduje również o zachowaniu kulturalnym człowieka. Od jakości motywów zależy również uczestnictwo w kulturze audiowizualnej, kierunek aktywności człowieka w odbiorze programów telewizyjnych, audycji radiowych, korzystania z komputera czy Internetu. Motyw można również interpretować jako wskaźnik funkcji, jakie pełnią poszczególne media elektroniczne w życiu badanych. Człowiek, podejmując decyzję o uczestnictwie w kulturze audiowizualnej, myśli również o pewnych korzyściach wynikających z używania mediów elektronicznych.

Z otrzymanych danych (zilustrowanych wykresem 7) wynika, że połowa **dzieci i młodzieży**, korzystając z poszczególnych mediów elektronicznych, kieruje się głównie chęcią uzyskania **rozrywki**. Motyw ten jest wśród młodych dominujący: rozrywki w telewizji oczekuje – 51%, w komputerze – 51%, w radiu – 35%, w Internecie – 26%. Równie ważnym powodem korzystania z mediów przez młode pokolenie jest zdobywanie nowych **informacji**. W tym celu przez niektórych młodych (28%) jest wykorzystywana telewizja, ale również Internet (20%), radio (16%) oraz komputer (15%). Niektórzy młodzi używają mediów elektronicznych (telewizji – 25%, radia – 17%, Internetu – 8% i komputera – 5%) w celu **odreagowania zmęczenia i znużenia**, zregenerowania sił fizycznych i psychicznych zużytych w czasie nauki szkolnej. Częstym powodem, dla którego dzieci i młodzież korzystają z mediów

elektronicznych jest chęć wypełnienia wolnego czasu. W tym celu niektórzy z nich oglądają programy telewizyjne (20%), słuchają audycji radiowych (13%), korzystają z komputera (6%) lub z Internetu (2%). Sądzę, że to swoiste „zabijanie nudy” ma związek z koniecznością **kompensacji** braków kulturalnych, edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz odpoczynku i rozrywki. Ważny motyw z punktu widzenia prawidłowego funkcjonowania rodziny związany ze **wspólnym spędzaniem czasu wolnego** z bliskimi, w pokoleniu młodych uzyskał najmniejszą ilość wskazań. Tylko nieliczni młodzi w tym celu wykorzystują telewizję (18%), komputer (3%), radio (2%) i Internet (2%).

Wykres 7. Motywy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej badanych generacji (w %)



Źródło: badania własne

Inna hierarchia motywów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej prezentowana jest przez **pokolenie średnie**. Połowa rodziców (51,5%) korzysta z telewizji w celu zdobycia nowych **informacji** dotyczących aktualnych wydarzeń. Niektórzy (32,7%) wykorzystują w tym celu radio, a nieliczni również Internet (12,9%) oraz komputer

(7,5%). Kolejny powód korzystania przez rodziców z mediów elektronicznych, jest związany z potrzebą **odpoczynku**. W tym celu prawie połowa rodziców (40,6%) korzysta z oferty kanałów telewizyjnych, niektórzy (17,8%) z audycji radiowych, a pojedyncze osoby z komputera (5%) oraz witryn internetowych (1%). Pokolenie średnie również korzysta z mediów elektronicznych ze względu na możliwość **rozrywki**. Główną rolę odgrywają tu przekazy telewizyjne (38,6%) – seriale, filmy oraz teleturnieje, ale niektórzy rodzice (25,7%) korzystają w tym celu z audycji radiowych. Pojedyncze osoby, poszukując możliwości rozrywki, używają komputera (7,9%) oraz Internetu (4%). Ze względu na niekorzystną sytuację kulturalną oraz edukacyjną środowiska lokalnego i rodzinnego, niektórzy rodzice korzystają z mediów elektronicznych (z telewizji – 19,8%, radia – 10,9%, komputera – 3%) w celu **wyrównania** deficytu wiedzy w zakresie kultury bądź edukacji. Podobnie jak pokolenie młodych, również rodzice korzystając z poszczególnych mediów, najrzadziej kierują się potrzebą **wspólnego spędzania czasu z bliskimi**.

Zbliżona hierarchia motywów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej obecna jest w **pokoleniu seniorów**. Zauważyć można jednak pewne różnice. Pierwsza z nich dotyczy dominacji motywu **rozrywki** nad motywem **odpoczynku** oraz tego, że badani dziadkowie (poza jednym wyjątkiem) nie korzystają z komputera i Internetu.

Wprawdzie potrzeba wspólnego spędzania czasu wolnego z bliskimi była wskazywana przez nielicznych przedstawicieli badanych generacji (dzieci i młodzież – 18%, rodzice – 11,9%, dziadkowie – 14,8%), to jednak podkreślić należy, że wszystkie badane generacje korzystają w tym celu z telewizji. Świadczy to o rodzinno-domowym charakterze odbioru przekazów telewizyjnych<sup>29</sup>. Duży wpływ na wspólne, rodzinne korzystanie z telewizji w opinii badanych generacji ma zdanie osoby, która wybiera określony program. Odnosząc się natomiast do komputera i Internetu, zaznaczyć należy, że ważnymi kryteriami decydującymi o wyborze określonych przekazów multimedialnych są w pokoleniu młodym opinie znajomych, wśród rodziców zdanie dzieci, zaś wśród dziadków zdanie wnuków i dzieci. Stanowi to ilustrację swoistego echa ponowoczesności: przesunięcie socjalizacyjne, typ kultury prefiguratywnej, konwergencja mediów.

Analizy statystyczne wskazują na to, że pokoleniowość, aktualny poziom edukacyjny oraz poziom wykształcenia rodziców i dziadków nie różnicuje w sposób istotny statystycznie motywów, jakim badani kierują się, korzystając z poszczególnych mediów elektronicznych. Można jedynie stwierdzić pewne tendencje (nasilające się

<sup>29</sup> Por. prace A. Kumor, *Telewizja. Percepcja. Wychowanie*, Warszawa 1976; K. Mikułowski-Pomorski, *Funkcja telewizji ze względu na sposób dystrybucji przekazu*, „Oświata i Wychowanie” 1989 nr 14; J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja...*, dz. cyt.; M. Wawrzak-Chodaczek, *Miejsce telewizji w życiu codziennym rodziny*, dz. cyt.

w odniesieniu do komputera i Internetu), jakie przejawiają poszczególne generacje w podejmowaniu decyzji o wyborze określonego medium. Sposób, w jaki użytkownik mediów wykorzystuje przekazy medialne i multimedialne w celu zaspokojenia swoich potrzeb, wyznacza funkcje, jakie media pełnią w życiu odbiorców.

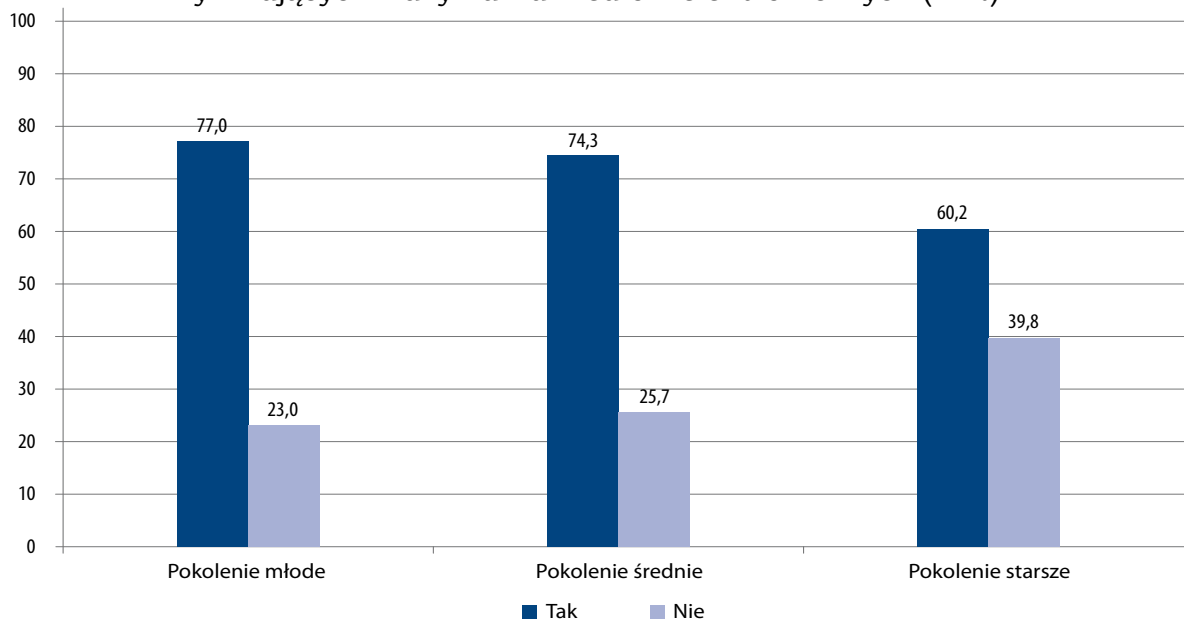
## 5.2. Funkcje mediów elektronicznych w życiu poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich

Przyjmując podmiotowe ujęcie charakteru relacji człowiek – media, w którym to człowiek ujmowany jest jako indywidualność, podmiot kreatywny, aktywny, będący nie tylko pasywnym obiektem manipulacji mediów, ale też aktywnym ich twórcą i odbiorcą, interesuje mnie trzeci komponent funkcji, który wyszczególnił Zbigniew Tysza (1 – zadania, 2 – działania, 3 – efekty działania). Przyjmuję, że wskaźnikami wspomnianych efektów działania mediów są określone korzyści, jakie czerpią odbiorcy przez częsty, systematyczny kontakt z mediami. Media elektroniczne i multimedia pełnią w życiu odbiorców takie funkcje, jakie przypisze im osoba korzystająca. Zależy to więc od tego, w jaki sposób użytkownik mediów wykorzysta przekazy medialne i multimedialne w celu zaspokojenia swoich potrzeb<sup>30</sup>.

Większość badanych we wszystkich generacjach (młoda – 77%, średnia – 74,3%, starsza – 60,2%) jest przekonana, że korzystając z mediów elektronicznych czerpią określone korzyści (wykres 8). Duży procent wskazań (ponad połowa w każdym pokoleniu) świadczy o tym, że dla większości badanych media elektroniczne stanowią ważne źródło zaspokajania różnorodnych potrzeb kulturalnych, a zatem pełnią one w ich życiu określone funkcje. Analiza statystyczna wykazała, że istnieją różnice istotne statystycznie ( $p=0,0271$ ) między zmienną pokoleniowości a opiniami wyrażanymi przez badanych, dotyczącymi korzyści wynikających z używania przez nich mediów elektronicznych. Między zmiennymi występuje słaby związek ( $C_{kor}=0,20$ ). Pokolenie dzieci i młodzieży nieco częściej w porównaniu z generacją rodziców i dziadków wyraża pozytywne opinie na temat korzyści wynikających z używania mediów elektronicznych. Rodzice lepiej wykształceni częściej twierdzili, że korzystanie z mediów elektronicznych może być źródłem uzyskiwania wielu korzyści ( $\chi^2=9,8579$ ;  $df=3$ ;  $p=0,0198$ ;  $C_{kor}=0,38$ ).

<sup>30</sup> K. Jakubowicz, *Telewizja a człowiek i społeczeństwo*, (w:) K. Jakubowicz, B. Puszczewicz (red.), *Człowiek a telewizja*, Warszawa 1990.

Wykres 8. Opinie badanych dotyczące korzyści wynikających z używania mediów elektronicznych (w %)



$$\chi^2=7,2186 \quad df=2 \quad p=0,0271 \quad C_{kor}=0,20$$

Źródło: badania własne

W każdym jednak pokoleniu są osoby, które prezentują sceptyczne stanowisko wobec ewentualnych korzyści, jakie mogą wynikać z użytkowania mediów elektronicznych. O ile młodzi (23%) i ich rodzice (25,7%) stanowią względnie nieliczną przekonaną o tym grupę, o tyle seniorzy częściej wyrażają taką opinię (39,8%). Badani młodzi uzasadniali swoje stanowisko w ten sposób:

*Nie do końca media mogą przynieść korzyści, ponieważ większość z nich kłamie i zarabia na ludziach (dziewczyna, 15 lat);*

*W telewizji dużo rzeczy jest zmyślonych (chłopiec, 13 lat);*

*Telewizja nie daje korzyści, ponieważ jest w niej dużo przemocy i agresji (chłopiec, 14 lat);*

*W telewizji jest dużo ciekawych programów, ale i tak w każdym jest zawarta przemoc (dziewczyna, 15 lat).*

Rodzice często wyrażali swoje opinie w sposób bardziej sugestywny:

*Nie ma żadnych korzyści (kobieta, 31 lat);*

*W telewizji gadają same bzdury (mężczyzna, 44 lata);*

*Jest dużo przemocy i agresji (kobieta, 48 lat);*

*Wszyscy z telewizji uczą się zgorszenia i zepsucia (kobieta, 34 lata);*

*Nie wydaje mi się korzystne oglądanie telewizji (kobieta, 46 lat).*

Dziadkowie natomiast twierdzili:

*Czerpanie jakichkolwiek korzyści z telewizji nie jest w życiu takie ważne, szkoda na to zdrowia (mężczyzna, 83 lata);*

*Oglądam telewizję tylko dlatego, że chcę uniknąć nudy (kobieta, 84);*

*Wszyscy uczą się przemocy, napadów (kobieta, 70 lat).*

Cytowane wypowiedzi świadczą o tym, że osoby korzystające z mediów zauważają również pewne zagrożenia wynikające z nieracjonalnego odbioru przekazów medialnych i multimedialnych. Pomimo to większość badanych przekonanych jest o tym, że używanie mediów elektronicznych może być dla nich źródłem wielu korzyści. Są one skutkiem odbioru określonych przekazów medialnych, multimedialnych i wynikają z zainteresowań medialnych, preferencji tematycznych, typu recypowanych przekazów, ale również niezaspokojonych potrzeb kulturalnych badanych oraz motywów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej (związanych z zaspokojeniem wspomnianych potrzeb). Omawiane w tym miejscu dane stanowią zatem ilustrację oraz potwierdzenie wniosków formułowanych w poprzednim rozdziale.

W kulturze słowa podstawową płaszczyzną porozumiewania się ludzi stanowił bezpośredni akt komunikowania „twarzą w twarz”. Przekazywane w ten sposób informacje zawierały określony komunikat, którego odbiór wymagał od współrozmówcy wysiłku intelektualnego, zaangażowania wyobraźni, łączenia nowych faktów z wiedzą już posiadaną. „Sztuka rozmowy” wymagała zatem od podmiotu (również i dziś) aktywności i kreatywności.

W rodzinach wielopokoleniowych (zwłaszcza wiejskich) wiedza przekazywana z pokolenia na pokolenie w opowieściach, podaniach, niekiedy rodzinnych legendach, stanowiła jedyne źródło nowych informacji, wiedzy, na podstawie której młodszy członkowie rodziny budowali swoje wyobrażenie otaczającego ich świata.

Nieustanny postęp cywilizacyjny, rozwój technik komunikacyjnych, mediów, a obecnie również multimedii, wzbogacił docierające do człowieka informacje o element wizualny. Połączenie fonii oraz wizji spowodowało, że media stały się bardziej atrakcyjnym „transmitterem” informacji, ponieważ wraz z komunikatem werbalnym prezentowały również jego fizyczny obraz. Przemiany kulturowo-społeczne ostatnich dziesięcioleci spowodowały, że media elektroniczne oraz multimedia stanowią dziś dla człowieka kolejne, a niekiedy podstawowe źródło informacji, na podstawie którego wzbogaca wiedzę o otaczającym go świecie. To stwierdzenie nie odnosi się do konkretnej grupy osób korzystających z mediów, ale każdego użytkownika, który dzięki mediom uaktualnia swoje zasoby intelektualne. W wielopokoleniowych rodzinach wiejskich (na co wskazują otrzymane wyniki badań), media elektroniczne i multimedia stwarzają szansę wzbogacenia zasobu wiedzy zarówno dzieci i młodzieży, jak i ich rodziców oraz dziadków.



Wspomnieć również należy, że w badanym środowisku wiejskim brak jest wystarczającej „pozaaudiowizualnej” infrastruktury sprzyjającej uaktualnianiu informacji, zdobywaniu nowej wiedzy. Nie istnieje sieć Empik, nie ma nawet popularnych w przeszłości placówek Ruch (zapewniających mieszkańcom gminy systematyczną prenumeratę gazet i czasopism). Obecnie kolportaż prasy w badanej miejscowości gminnej odbywa się w niektórych sklepach GS SCH w Sidrze oraz przez Kościół (prasa katolicka, kalendarze rolnicze), natomiast na terenie gminy funkcję taką pełnią prywatne sklepy objazdowe. Dostęp do nowych informacji prasowych jest zatem ograniczony. Z tego też względu media elektroniczne i multimedia doskonale wkomponowały się w zaistniałą swoistą „lukę informacyjną”. Stwierdzić zatem można, że media elektroniczne (telewizja, radio) oraz multimedia (komputer, Internet) pełnią wobec badanych trzech generacji funkcję poznawczo-informacyjną. Oznacza to, że użytkownicy korzystają z określonych przekazów medialnych i multimedialnych w celu uzyskania informacji z różnorodnych dziedzin życia<sup>31</sup>, nauki, techniki, kultury, dzięki którym mogą poznać i zrozumieć wiele aktualnych wydarzeń życia społecznego, gospodarczego i kulturalnego. Badani wzbogacają tym samym wiedzę, uzupełniają braki edukacji, rozwijają swoje zainteresowania lub zdobywają nowe.

Pokoleniowość różnicuje na poziomie istotnym statystycznie ( $p < 10^{-6}$ ) wykorzystywanie mediów elektronicznych w celu zdobywania nowych informacji oraz wzbogacania zasobów wiedzy. Między zmiennymi występuje wyraźny związek ( $C_{kor} = 0,44$ ). Pokolenie młode znacznie częściej niż ich rodzice i dziadkowie korzysta w tym celu zarówno z telewizji, radia, komputera, jak i Internetu. Badani rodzice nowe informacje uzyskują głównie z telewizji i radia, a tylko niektórzy z nich korzystają w tym celu z komputera (4%) i Internetu (9,9%). Pokolenie dziadków ogranicza się w tym zakresie do korzystania z telewizji i radia.

W poprzednim rozdziale ustaliłem, że różne są zainteresowania medialne badanych, różnorodne preferencje, motywy korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych i multimediiów. Dokonana analiza wskazała na wyraźną dominację telewizji spośród innych mediów, w jakie były wyposażone badane gospodarstwa domowe (radio, komputer, Internet). Również w tym przypadku jest widoczna wyraźna dominacja „mediów tradycyjnych”, a szczególnie telewizji. Ponad połowa dzieci i młodzieży (55%), rodziców (59,4%) i dziadków (53,4%), **nowe informacje** uzyskuje z odbieranych przekazów telewizyjnych (tabela 11).

<sup>31</sup> Por. J. Gajda, *Telewizja, młodzież, kultura*, Warszawa 1987; K. Jakubowicz, *Telewizja a człowiek i społeczeństwo*, (w:) K. Jakubowicz, B. Puszczewicz (red.), *Człowiek a telewizja*, Warszawa 1990.

Tabela 11. Media elektroniczne i multimedia jako źródło nowych informacji (w%)

lp	Kategorie odpowiedzi		Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
1	Telewizja	Tak	55,0	59,4	53,4
		Nie	45,0	39,6	46,6
2	Radio	Tak	26,0	38,6	26,1
		Nie	74,0	60,4	73,9
3	Komputer	Tak	23,0	4,0	0,0
		Nie	77,0	95,0	100,0
4	Internet	Tak	27,0	9,9	0,0
		Nie	73,0	89,1	100,0

$$\chi^2=50,426 \quad df=6 \quad p<10 \quad (-6) \quad C_{kor}=0,44$$

Źródło: badania własne

Dla niektórych badanych (pokolenie młode 26%, średnie 38,6%, starsze 26,1%) źródłem nowych informacji jest również radio. Względnie wysoki procent respondentów zdobywających nowe wiadomości z audycji radiowych, wynika z faktu, że jest to medium, które stanowi „tło” codziennie wykonywanych przez nich czynności związanych z odrabianiem lekcji (dzieci), prowadzeniem gospodarstwa domowego i pracy w obejściu (dorośli). Odbiór audycji radiowych ma zatem często charakter przypadkowy. Słuchając radia, wykonując w tym samym czasie wiele czynności, badani przy okazji uzyskują również najnowsze informacje. Ze względu natomiast na brak zainteresowań multimedialnych przejawianych przez większość badanych rodziców oraz prawie wszystkich dziadków, komputer i Internet w tych generacjach wykorzystywany jest sporadycznie. Jedynie niektórzy młodzi oraz pojedynczy rodzice w celu zdobycia nowych informacji używają komputera (dzieci i młodzież – 23%, rodzice – 4%) i Internetu (dzieci i młodzież – 27%, rodzice – 9,9%).

Media, w które wyposażone są gospodarstwa domowe, stanowią dla badanych źródło bogatego zakresu wiadomości dotyczących **różnych kręgów tematycznych** (tabela 12).

Tabela 12. Zakres tematyczny uzyskiwanych informacji dzięki mediom elektronicznym i multimediom (w%)

lp	Kręgi tematyczne wiadomości	Ogółem odpowiedzi		
		Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
1	Wiadomości przyrodnicze	41,6	–	–
2	Wydarzenia z kraju i ze świata	20,8	40,0	65,5
3	Wiadomości z dziedziny kultury	8,3	5,7	6,9
4	Wiadomości społeczne	11,6	14,3	13,7
5	Wiadomości sportowe	4,1	–	–
6	Wiadomości o polityce	–	17,1	10,4
7	Informacje kulinarne	–	5,7	–
8	Wiadomości rolnicze	–	17,1	13,7

Źródło: badania własne

Korzystając z mediów elektronicznych i multimediiów, badani zdobywają wiadomości, których nie uzyskaliby z innych źródeł, tj. ze szkoły, od kolegów, koleżanek, innych członków rodziny, sąsiadów. Zasadnicza różnica między generacjami dotyczy obszaru wzbogacanej wiedzy. Dzieci i młodzież pogłębiają przede wszystkim wiedzę zdobywaną w szkole. Nie należy jednak utożsamiać tej czynności z odrabianiem zadanej przez nauczyciela pracy domowej. Zdobywanie nowej wiedzy przez badane generacje ma charakter spontaniczny, zaś uaktualnianie treści są efektem ich zainteresowań. Zaznaczyć należy, że niektórzy badani (dzieci i młodzież – 13,4%, rodzice – 9,7%, dziadkowie – 2,1%) nie potrafili w sposób precyzyjny wymienić tytułów oglądanych programów (najczęściej wskazując na różne programy). Świadczyć to może o tym, że korzystają oni z mediów w sposób przypadkowy, niekontrolowany, niezaplanowany.

W konsekwencji szerokich zainteresowań medialnych badanych generacji, również zakres tematyczny odbieranych przez nich wiadomości jest różnorodny. Liczna grupa **dzieci i młodzieży** (41,6%) zdobywa nowe wiadomości dotyczące **przyrody**. Jest to wynikiem określonych zainteresowań przejawianych przez młodych. Często oglądają oni programy z cyklu *Zwierzęta świata*, *BBC w Jedynce* lub komercyjny kanał przyrodniczy Animal Planet. Dowiadują się przy tym wielu informacji związanych z nauką szkolną, ale również wiadomości wykraczających poza program nauczania. W celu uzyskania potrzebnych wiadomości związanych z realizacją zadań nauki szkolnej młodzi używają również komputera. Korzystają w tym celu z encyklopedii multimedialnych oraz płyt CD dołączonych do podręczników szkolnych. Wiadomości przyrodnicze odnajdują oni również w sieci Internetu. Różnica między przekazem telewizyjnym a multimedialnym tkwi w interaktywności. Osoba korzystająca z Internetu „panuje” nad odbieranym przekazem, nadając mu własne tempo

(możliwość zatrzymania, przewijania, cofania) oraz głębię. Współczesna technika multimedialna, szczególnie związana z grafiką pozwala na „ujrzenie świata ukrytego” np. poznawania budowy ludzkiego mózgu, graficzne przedstawienie etiologii zawału, zagadnień ekologicznych i wielu innych.

Wypowiedzi badanych dzieci i młodzieży wskazują na znaczącą rolę mediów elektronicznych i multimediiów, jaką odgrywają one w pogłębianiu ich wiedzy przyrodniczej.

*Lubię bardzo zwierzęta, uwielbiam się nimi zajmować, dlatego często oglądam programy przyrodnicze (dziewczyna, 14 lat);*

*Oglądając programy telewizyjne, dużo się mogę nauczyć i dowiedzieć się dużo o życiu zwierząt (chłopiec, 14 lat);*

*Dzięki przyrodniczym programom telewizyjnym poznałam nowe gatunki zwierząt, nowe kraje i ich zwyczaje (dziewczyna, 10 lat);*

*Z telewizji dowiaduję się dużo o przyrodzie, o życiu w innych krajach (chłopiec, 9 lat);*

*Z encyklopedii multimedialnych dowiaduję się wiele o życiu flory i fauny (chłopiec, 16 lat);*

*Dzięki Internetowi dowiedziałam się, czego boją się zwierzęta, co jedzą, jak żyją (dziewczyna, 16 lat).*

Niektórzy młodzi (20,8%) korzystając z przekazów medialnych uzyskują również wiadomości dotyczące bieżących **wydarzeń z kraju i ze świata**. Oglądają oni telewizyjne serwisy informacyjne takie, jak *Wiadomości*, *Panorama*, *Wydarzenia*, słuchają serwisów radiowych ulubionych rozgłośni Zet, RMF FM, Radia Białystok, szukają najnowszych informacji w Internecie. Jednakże ten obszar tematyczny uzyskiwanych informacji nie jest wśród młodych popularny, ze względu na brak przejawianych w tym zakresie zainteresowań. Uzyskiwane informacje związane są raczej z ciekawostkami ze świata show-biznesu, z życia gwiazd, ulubionych solistów, zespołów muzycznych, dotyczą muzyki, lansowanych obecnie nowych przebojów. Dominacja uzyskiwanych wiadomości muzycznych świadczy o traktowaniu mediów przez młode pokolenie jako narzędzi dostarczających rozrywki, umilających codzienność. Ze względu na rozrywkowy charakter korzystania przez młodych z telewizji, radia, Internetu uzyskują oni również różne informacje **dotyczące kultury** (8,3%). Nie są to jednak wiadomości o wielkich wydarzeniach kulturalnych, lecz ograniczają się one bezpośrednio do zainteresowań dzieci i młodzieży, o czym świadczą ich wypowiedzi:

*Interesują mnie biografie piosenkarzy i aktorów (dziewczyna, 13 lat);*

*W Internecie szukam różnych ciekawostek z życia gwiazd (dziewczyna, 15 lat);*

*W Internecie poszukuję informacji o najnowszych filmach (dziewczyna, 10 lat).*

Niektóre osoby młode (11,6%) oglądając programy telewizyjne, uzyskują wiadomości dotyczące **sytuacji życiowej innych ludzi**, ich rówieśników. Badani w trakcie wywiadów podkreślali, że lubią poznawać historie innych ludzi oparte na faktach. Takie programy wzbogacają ich wiedzę na temat życia, ukazują potencjalne zagrożenia, ale również źródła satysfakcji życiowej. Świadczą o tym wypowiedzi badanych:

*Oglądając programy społeczne, interwencyjne dowiaduję się z nich, jak żyją inni ludzie (dziewczyna, 16 lat);*

*Oglądając takie programy, dowiaduję się z telewizji o życiu dzieci z domu dziecka (dziewczyna, 12 lat).*

Pojedynczy badani natomiast (4,1%) uzyskują nowe wiadomości z **dziedziny sportu**. Świadczą o tym wybrane wypowiedzi:

*Lubię oglądać mecze i słuchać wiadomości sportowych (chłopiec, 13 lat);*

*Lubię sport i lubię wiedzieć, co się w nim dzieje w kraju i na świecie (chłopiec, 15 lat);*

*Telewizyjne transmisje sportowe dostarczają mi wielu emocji (chłopiec, 14 lat).*

Zakres tematyczny wiadomości zdobywanych przez **rodziców i dziadków** również jest zróżnicowany. Oglądanie serwisów informacyjnych dostarcza badanym wiadomości z zakresu bieżących wydarzeń **w kraju i na świecie** (rodzice – 40%, dziadkowie – 65,5%). Interesuje ich sytuacja ekonomiczna, społeczna, polityczna, przeprowadzane w kraju reformy (służby zdrowia, edukacji, administracji), a także zagadnienia polityki regionalnej i samorządowej, perspektywy rozwoju wsi, sytuacja rolnictwa. Korzystają w tym celu z serwisów informacyjnych emitowanych zarówno w telewizji publicznej takich, jak: *Wiadomości, Panorama, Teleexpress, Obiektyw, Kurier*, jak i w stacjach komercyjnych: *Fakty, Wydarzenia, Informacje*. Również cogo-dzinne radiowe serwisy informacyjne dają im możliwość poznania bieżącej sytuacji społeczno-politycznej w kraju i na świecie oraz aktualnej prognozy pogody. Badani uzyskują informacje dotyczące polityki integracji europejskiej, aktualnej sytuacji politycznej zarówno w kraju, Europie, jak i na świecie, ale także wiadomości związanych z europejskim rynkiem pracy, migracjami zarobkowymi rodaków, szansami edukacyjnymi i zarobkowymi pokolenia młodych. Jak wynika z wypowiedzi dorosłych respondentów, *codziennie dzieje się coś nowego* (kobieta, 80 lat), *dlatego warto zdobywać najnowsze wiadomości o wydarzeniach z kraju i ze świata* (kobieta, 31 lat; kobieta, 35 lat; mężczyzna, 44 lata).

Poczucie współodpowiedzialności za sytuację w kraju powoduje, że badani (rodzice – 10%, dziadkowie – 6,4%) na bieżąco śledzą sytuację na **scenie politycznej kraju**, realizowanie obietnic wyborczych ugrupowań politycznych, których są zwolennikami, a niejednokrotnie różnych afer, w które są uwikłani politycy.

Dla niektórych rodziców (17,1%) i dziadków (10,4%) media elektroniczne (telewizja) są również źródłem nowych wiadomości o **tematyce społecznej**. Badani często oglądają programy typu *Uwaga*, *Interwencja*, *Ekspres reporterów*, dowiadują się z nich, jak żyją ludzie w Polsce i innych krajach. Niejednokrotnie oglądając programy przedstawiające życie i zachowania innych ludzi, czerpią z nich rozwiązania dla swoich problemów, uzyskują wiedzę legislacyjną oraz poznają nie zawsze pomyślne koleje życia innych ludzi (zabójstwa, rozwody, morderstwa dzieci).

Wprawdzie większość wiadomości związanych z pracą w rolnictwie przekazywana jest w badanych rodzinach z pokolenia na pokolenie, to jednak niektórzy rodzice (17,1%) i dziadkowie (13,7%) czerpią z mediów wskazówki, które wykorzystują w prowadzeniu **gospodarstwa rolnego**. Oglądając programy takie, jak *Tydzień* czy *Agrobiznes* zdobywają oni wiedzę dotyczącą cen skupu żywca oraz produktów roślinnych, dotacji unijnych na prowadzenie gospodarstw rolnych i wielu innych informacji ułatwiających im planowanie i realizowanie zadań w ich pracy. Niektórzy rodzice, korzystając z Internetu, zdobywają nowe wiadomości dotyczące eksperymentowania z nowymi generacjami nawozów, techniki, mechaniki (nowe maszyny rolnicze), budownictwa. Gospodynie domowe (5,7%) oglądają, na przykład, **programy kulinarne**, autorskie programy Roberta Makłowicza, i czerpią z nich inspiracje do uatrakcyjniania codziennych posiłków. Sporadycznie również rodzice (5,7%) i dziadkowie (6,9%) poszukują w telewizji nowych wiadomości ze **świata kultury**, co świadczy o braku zainteresowania starszych pokoleń tą problematyką.

Media, na co wskazują wyniki badań, są dla wielopokoleniowych rodzin wiejskich ważnym źródłem informacji, wiadomości z różnych dziedzin życia społecznego, przyrody, techniki, kultury, rolnictwa, wiadomości o aktualnych wydarzeniach w kraju i na świecie. Szczególną rolę spełniają serwisy informacyjne, programy popularnonaukowe, przyrodnicze, obyczajowe, encyklopedie multimedialne, strony internetowe. Wiele z odbieranych treści medialnych i multimedialnych może stanowić inspirację do zgłębiania określonej dziedziny.

Uboga infrastruktura kulturalna badanego środowiska wiejskiego i niekorzystne warunki rodzinne nie sprzyjają rozbudzeniu lub rozwijaniu zainteresowań badanych. W miejscowości gminnej poza kołami zainteresowań działającymi w szkole (do których należą niektóre tylko dzieci) nie są prowadzone żadne zajęcia hobbyistyczne dla dzieci i młodzieży. Zajęcia świetlicowe (realizowane po lekcjach) mają przeważnie charakter wypełniający czas oczekiwania na transport do domu. Również gminny ośrodek kultury nie wypełnia w tym zakresie swoich statutowych obowiązków (poza sporadycznymi przypadkami organizowania dni miejscowości i dożynek wiejskich). Sytuacja w pozostałych wsiach jest jeszcze bardziej niekorzystna. Środowisko rodziny również nie sprzyja rozwojowi zainteresowań młodego pokolenia. Wielogodzinna praca rodziców i niektórych dziadków w gospodarstwie rolnym, a co się z tym



wiąże niedobór czasu wolnego powoduje, że zainteresowania dzieci są realizowane indywidualnie, z rodzeństwem lub w grupie rówieśniczej. Źródła te nie są jednak wystarczające do rozwoju bądź rozbudzania nowych zainteresowań. Wiedza przekazywana przez rodziców i dziadków często jest nieaktualna i niewystarczająca do zgłębiania przez dzieci i młodzież interesujących ich zagadnień. W tym kontekście przypuszczać należy o przewadze mediów elektronicznych i multimedialnych nad pokoleniami starszymi. Naturalne jest zatem, że media elektroniczne i multimedia, szczególnie w sytuacji ograniczonych możliwości środowiskowych i rodzinnych, dają swoim użytkownikom możliwość **rozbudzania i rozwijania zainteresowań** różnymi dziedzinami życia społecznego, nauki, kultury, sztuki, techniki. Trzeba jednak zaznaczyć, że tylko nieliczni badani traktują media, z których korzystają, jako źródło rozbudzające bądź rozwijające ich zainteresowania (tabela 13).

Tabela 13. Media elektroniczne i multimedia jako źródło nowych zainteresowań (w%)

lp	Kategorie odpowiedzi		Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
1	Telewizja	Tak	35,0	31,7	27,3
		Nie	65,0	68,3	72,7
2	Radio	Tak	7,0	9,9	8,0
		Nie	93,0	90,1	92,0
3	Komputer	Tak	19,0	8,9	0,0
		Nie	80,1	91,1	100,0
4	Internet	Tak	25,0	6,9	1,1
		Nie	75,0	93,1	98,9

Źródło: badania własne  $\chi^2=27,156$   $df=6$   $p=0,0001$   $C_{kor}=0,43$

Wyniki analizy statystycznej wskazują na wyraźny ( $C_{kor}=0,43$ ), istotny statystycznie ( $p=0,0001$ ) związek między zmiennymi. Pokolenie młode częściej niż ich rodzice i dziadkowie rozwija swoje zainteresowania zarówno dzięki przekazom telewizyjno-radiowym, jak i multimedialnym. Niektórzy rodzice oprócz programów telewizyjnych i audycji radiowych wykorzystują w tym celu przekazy multimedialne, natomiast dziadkowie ograniczają się do „tradycyjnych przekazów”.

Dla grupy badanych dzieci i młodzieży (35%), rodziców (31,7%) i dziadków (27,3%) medium, które przede wszystkim sprzyja rozwojowi ich zainteresowań, jest telewizja. Sporadycznie natomiast poszukują oni inspiracji w radiu (pokolenie młode – 7%, średnie – 9,9%, starsze – 8%). Potwierdza to po raz kolejny, że radio w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich stanowi swoisty „wypełniacz” codzienności badanych, *gra na okrągło, co leci* (kobieta, 44 lata). Niektórzy badani młodzi

rozwijają swoje zainteresowania, korzystając z komputera (19,9%) oraz Internetu (25%). Starsze generacje używają multimediiów sporadycznie. Tylko pojedynczy badani rodzice rozwijają swoje zainteresowania dzięki komputerowi (8,9%) oraz Internetowi (6,9%) – z Internetu korzysta tylko jeden senior.

Różnorodność odbieranych treści przekazów medialnych i multimedialnych prowadzi do rozbudzania i rozwijania zainteresowań badanych. Jak wykazują badania, dotyczą one różnych dziedzin i kręgów tematycznych (tabela 14). Zaznaczyć jednak należy, że większość badanych nie potrafiła precyzyjnie określić rozwijanych przez media zainteresowań oraz wymienić tytułów programów, które im to umożliwiają. Świadczyć to może o tym, że korzystają oni z mediów w sposób przypadkowy, niekontrolowany, chaotyczny, nie poszukują w nich źródeł inspiracji, pomysłów na twórcze spędzenie czasu wolnego.

Tabela 14. Kręgi tematyczne zainteresowań badanych rozwijanych w oparciu o media

Kategorie odpowiedzi	Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
Telewizja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• przyrodnicze</li> <li>• motoryzacyjne</li> <li>• związane z nauką szkolną</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kulinarne</li> <li>• związane z rolnictwem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• społeczne</li> </ul>
Radio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• muzyczne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• społeczne</li> <li>• muzyczne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• społeczne</li> <li>• religijne</li> <li>• muzyczne</li> </ul>
Komputer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• gry komputerowe</li> <li>• zainteresowania informatyczne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• popularnonaukowe</li> </ul>	–
Internet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• popularnonaukowe</li> <li>• związane z nauką szkolną</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• popularnonaukowe</li> </ul>	–

Źródło: badania własne

W rzeczywistości (na co wskazują wyniki badań) zainteresowania badanych generacji pokrywają się z zakresem tematycznym zdobywanych przez nich nowych wiadomości. Wynikają one również z motywów, jakimi kierują się badani w podejmowaniu aktywności związanej z odbiorem programów telewizyjnych, audycji radiowych, korzystania z komputera czy Internetu. Pokolenie dzieci i młodzieży, korzystając z poszczególnych mediów elektronicznych, kieruje się głównie chęcią rozrywki oraz uzyskania różnych nowych informacji. W generacji rodziców i dziadków dominuje natomiast motyw związany z niezaspokojoną potrzebą informacji, rozrywki oraz odpoczynku.

Ze względu na powszechność, popularność oraz zaawansowaną technologię wykorzystywaną współcześnie przy produkcji przekazów audiowizualnych, **telewizja** umożliwia odbiorcy percepcję niedostępnych w bezpośrednim poznaniu obrazów

świata. Wspomnę jedynie, o czym pisałem już wcześniej, że młodzi (41,6%) interesujący się zagadnieniami przyrody korzystają z serii dokumentów *BBC w Jedynce*, popularnonaukowego kanału Discovery, programów przyrodniczych z cyklu *Zwierzęta świata*. Uzyskują tym samym dużo różnych informacji o interesujących ich zagadnieniach, których nie mogą zdobyć w szkole, od swoich rówieśników bądź członków rodziny. Osoby pasjonujące się techniką, motoryzacją korzystając z programów emitowanych na kanale TVN Turbo, programów w telewizji publicznej, poznają tajniki budowy silnika, układów mechanicznych, dzięki czemu (szczególnie chłopcy) samodzielnie przeprowadzają drobne naprawy motorynek, zajmują się *tunningiem skutera* (chłopiec, 15 lat), pomagają ojcom (a czasami doradzają) w reperowaniu mechanizmów bardziej złożonych (np. silnik ciągnika). Pojedyncze osoby poszukując inspiracji do rozwoju, wzbogacania swoich zainteresowań, korzystają również z programów młodzieżowych, teleturniejów (*Jeden z dziesięciu*, *Jaka to melodia?*), popularnonaukowych, serwisów informacyjnych.

Podkreślić należy, że nie tylko pokolenie młode dzięki telewizji rozwija swoje zainteresowania. Niektórzy rodzice (15,6%), odbierając przekazy telewizyjne, rozwijają swoje pasje kulinarne. Dzięki programom takim, jak *Tydzień*, *Agrobiznes* poszerzają zainteresowania związane z wykonywaną pracą w rolnictwie. Często modyfikują oni sposoby uprawy roślin, hodowli zwierząt, system zarządzania gospodarstwem. Śledząc natomiast losy ulubionych bohaterów serialowych, zdobywają wiele informacji, które wykorzystują w prowadzeniu gospodarstwa domowego (jak twierdziły z przekorą niektóre mamy podczas wywiadów, ich zainteresowania dotyczą „prowadzenia domu i wychowywania dzieci”). Zainteresowania seniorów rozwijane dzięki przekazom telewizyjnym dotyczą głównie najnowszych informacji o sytuacji społeczno-politycznej w kraju i na świecie.

Korzystający z **audycji radiowych** młodzi (7%) rozwijają głównie zainteresowania muzyczne. Również rodzice i dziadkowie słuchają w radiu audycji muzycznych, ale przede wszystkim uzyskują najnowsze wiadomości o wydarzeniach w kraju i na świecie. Seniorzy pogłębiają również swoją wiedzę religijną, słuchając audycji emitowanych przez Radio Maryja.

Młodzi użytkownicy (13%) **komputera** dzięki temu medium rozwijają przede wszystkim zainteresowania związane z grami komputerowymi, ale również zainteresowania z zakresu informatyki (6%) dotyczące zasad działania komputera, umiejętności obsługi złożonych aplikacji komputerowych, umiejętności formatowania dysku twardego, instalowania systemu operacyjnego Windows. Często w tym celu korzystają z płyt CD/DVD dołączonych do pism komputerowych „Komputer Świat”, „Niezbędnik Komputerowy”. Pojedynczy rodzice rozwijający swoje zainteresowania dzięki komputerowi korzystają głównie z encyklopedii multimedialnych, poszukując w nich różnych interesujących treści popularnonaukowych ze świata nauki, kultury, techniki.

Badani surfujący w sieci **Internetu** wyszukują interesujących ich treści, korzystając z popularnej wyszukiwarki Google oraz serwisów popularnonaukowych Wirtualna Polska lub Onet. Dzieci i młodzież doskonałą umiejętność poruszania się w sieci Internetu, ale również zdobywają wiele informacji potrzebnych do szkoły. Rodzice szukają natomiast wyjaśnień niezrozumiałych pojęć oraz uzyskują nowe wiadomości. Jeden senior korzystający z Internetu dowiaduje się *różnych nowości* (kobieta, 58 lat).

Możliwości tkwiące w technologii informacyjnej wpływają na nową jakość życia mieszkańców wsi, rodziny wiejskiej i poszczególnych jej generacji. Zarówno telewizja, radio, komputer, jak i Internet pełnią w badanych rodzinach funkcję poznawczo-informacyjną. Wykrycie i określenie tej funkcji ma istotne znaczenie pedagogiczne, ponieważ wskazuje na możliwość wykorzystania mediów elektronicznych i multimediiów w procesie wychowania rodzinnego. Istotne jest, na co należy zwrócić szczególną uwagę, że media obecne w rodzinie powinny stanowić jedynie element wspierający, uzupełniający oddziaływania wychowawcze rodziców i dziadków na ich dzieci/wnuki.

W wyniku złożonych przemian cywilizacyjnych, społeczno-kulturowych, które swoje odzwierciedlenie znalazły w prefiguratywnym typie kultury, dla wielu ludzi źródłem nowych zachowań, wzorów do naśladowania są obecnie media. W emitowanych przekazach medialnych oraz multimedialnych odbiorcy odnajdują bardziej atrakcyjne, „wygodne” wzory promowane w kulturze popularnej. Podobnie jak wiedza, również wartości, zasady moralne przekazywane na drodze transmisji międzypokoleniowej często wydają się dzisiaj nieaktualne, nieodpowiadające wymogom szybkiego życia – życia *instant*<sup>32</sup>. Zjawisko przesunięcia socjalizacyjnego spowodowało, że młody człowiek buduje swój świat wartości, moralności nie dzięki „sprawdzonym receptom” ich rodziców i dziadków, lecz poszukuje nowych, aktualnych wzorów w grupie rówieśniczej, a przede wszystkim w mediach. Interesujące jest również to, że wzory zachowań proponowane przez współczesne media stanowią punkt odniesienia nie tylko dla najmłodszych, ale również ich rodziców, a w rodzinach wielopokoleniowych również dziadków. Świadczy to o tym, że odbierane przez nich treści medialne stały się swoistą „wyrocznią”, kierunkowskazem określającym zasady życia, złe i dobre wartości, wyznacznikiem „nowej moralności”.

W świetle podstawowych założeń teorii społecznego uczenia się Alberta Bandury wszelkie zmiany zachowania człowieka dokonują się dzięki uczeniu się przez obserwację. Na proces ten składa się etap obserwowania zachowania modelu,

<sup>32</sup> Patrz Z. Melosik, *Kultura instant – paradoksy popłoźsamości*, (w:) A. Nalaskowski, K. Rubacha (red.), *Pedagogika u progu trzeciego tysiąclecia*, Toruń 2001; Z. Melosik, *Edukacja a przemiany dla kultury współczesnej. Implikacje dla teorii i praktyki*, (w:) B. Śliwerski (red.), *Nowe konteksty (dla) edukacji alternatywnej XXI wieku*, Kraków 2001.

uczenia się, zapamiętywania nowego zachowania i jego akceptacja jako wzoru do naśladowania. Podawanie wzorów jak twierdzi Antonina Gurycka, „oznacza przedstawianie (...) widzowi różnych rodzajów postępowania, które wywołują w nim chęć naśladowania, czyli zbliżenia do prezentowanego modelu pod względem wyglądu, sposobu wyrażania się, przekonań i zachowania”<sup>33</sup>.

Badani z poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich przez świadome, racjonalne korzystanie z przekazów medialnych i multimedialnych, poznają określone style życia, ideały, obowiązujące normy społeczno-moralne, obyczajowe, są wprowadzani w świat wartości kultury, wzorów postępowania i zachowania – ustawicznie readaptując się do zmieniających się warunków życia<sup>34</sup>. Świadczy to o tym, że rzeczywistość społeczna prezentowana w przekazach medialnych i multimedialnych dostarcza badanym układów odniesienia do oceny siebie, uczy nowych zachowań<sup>35</sup>, ułatwiając im przystosowanie oraz identyfikację z grupą<sup>36</sup>, wspólnotą rodzinną.

Nie wszyscy jednak przedstawiciele badanych generacji poszukują w mediach odpowiedzi na pytanie „W jaki sposób mają żyć?”. W poszczególnych generacjach najwyższe wskaźniki procentowe odnoszą się do osób, które poszukują nowych wzorów do naśladowania w przekazach telewizyjnych. Dotyczy to prawie połowy badanych dzieci i młodzieży (42%), dość licznej grupy rodziców (23,8%) i niektórych dziadków (10,2%). Wskaźniki procentowe potwierdzają te uzasadnienia, ale prowokują też pytanie o to, dlaczego tak mało badanych uczy się z mediów nowych zachowań?

Jak wspomniałem wcześniej, media elektroniczne i multimedia pomagają we wzbogacaniu wiedzy o świecie, w motywowaniu do różnych twórczych działań, w przekazywaniu systemu wartości, norm moralnych i wzorów zachowań. Pomimo zmian charakteryzujących ponowoczesność, rodzina na skutek inwazji mediów nie przestała pełnić swoich esencjalnych funkcji: wychowawczej, opiekuńczej, socjalizacyjnej, edukacyjnej, czyni to jedynie (z różnych względów) w nieco zawężonym wymiarze. Pamiętać należy, że media pomimo iż są atrakcyjnym dla odbiorców, dominującym elementem ich przestrzeni życiowej, edukacyjnej, to jednak stanowią jedynie uzupełnienie funkcji pełnionych przez rodzinę (rodziców, dziadków). W rzeczywistości, jak twierdzi Mirosława Wawrzak-Chodaczek, „postawy, wzory zachowań i wartości kształtują się przede wszystkim w kontaktach

<sup>33</sup> A. Gurycka, *Struktura i dynamika procesu wychowania*, Warszawa 1979, s. 85.

<sup>34</sup> K. Jakubowicz, *Telewizja a człowiek i społeczeństwo*, (w:) K. Jakubowicz, B. Puszczewicz (red.), *Człowiek a telewizja*, Warszawa 1990.

<sup>35</sup> Por. M. Wawrzak-Chodaczek, *Miejsce telewizji w życiu codziennym rodziny*, dz. cyt., s. 73.

<sup>36</sup> A. Kłoskowska, *Społeczne ramy kultury*, Warszawa 1983.

bezpośrednich”<sup>37</sup>, a więc w dialogu międzypokoleniowym, w wewnątrzrodzinnej transmisji kultury. Wewnątrzrodzinna transmisja kultury jest związana z przekazem wartości humanistycznych, ogólnoludzkich. Są to elementy wypracowane przez pokolenia i stanowią swoisty fundament życia moralnego rodziny i poszczególnych jej członków jedynie uzupełniany i modyfikowany przez media. W opinii dzieci i młodzieży, transmisja esencjalnych wartości nieco częściej jest udziałem rodziców (95%) niż dziadków (77,5%), jednakże przekazywane wartości w obu przypadkach były takie same. Najczęściej wymieniane były: posłuszeństwo, umiejętność rozróżniania, co jest w życiu dobre, a co złe, uwagi podkreślające rangę wykształcenia, pouczenia, aby nie palić tytoniu, wystrzegać się narkotyków oraz alkoholu, aby być prawdomównym, pełnym szacunku dla starszych ludzi. Ważne jest to, że istniejąca w badanych rodzinach żywa więź między pokoleniami wspiera kulturotwórczą rolę rodziny, co z kolei sprzyja wewnątrzrodzinnej transmisji kultury oraz racjonalnemu, świadomemu, wspólnemu korzystaniu z mediów.

Przywołaną wewnątrzrodzinną transmisję kultury traktuję jako główną przyczynę niskich wskaźników procentowych opisujących badanych, wobec których media elektroniczne i multimedia pełnią funkcję wzorotwórczą. Starsze pokolenia (rodzice i dziadkowie) mają określony багаż doświadczeń życiowych, swoistą życiową mądrość, sprawdzone standardy moralne i wychowawcze. Oznacza to, że te generacje w mediach poszukiwać będą raczej wzorów, które wykorzystywać będą do rozwiązania chwilowych problemów natury społecznej, legislacyjnej, wychowawczej. W odniesieniu do pokolenia dzieci i młodzieży natomiast należałoby zwrócić szczególną uwagę na pełnioną wobec nich przez media funkcję wzorotwórczą, tym bardziej że „oddziaływanie poprzez wzory osobowe pozytywne wywiera większy wpływ na odbiorcę młodszego, który łatwiej ulega mechanizmowi identyfikacji. Młodzież starsza poszukuje wzorów wielowymiarowych, niejednoznacznych, często wychowawczo niepożądanych”<sup>38</sup>.

Uzyskane w trakcie badań dane wskazują na to, że podstawowym medium dostarczającym badanym wzorów do naśladowania jest **telewizja** (tabela 15). Grupa badanych dzieci i młodzieży (36%) odbierających programy telewizyjne nie potrafi precyzyjnie określić, jakich nowych zachowań, wzorów postępowania uczą się z telewizji. Nie oznacza to, że telewizja nie pełni wobec nich funkcji wzorotwórczej. Świadczy to o tym, że ci badani korzystają z telewizji w sposób nieświadomy, chaotyczny. Młodzi świadomie korzystający (8%) z **przekazów telewizyjnych**, uczą się poprawności zachowania w określonych sytuacjach rodzinnych, koleżeńskich, właściwych postaw wobec drugiego człowieka, szacunku dla życia, innych osób.

<sup>37</sup> M. Wawrzak-Chodaczek, *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, dz. cyt., s. 80.

<sup>38</sup> Tamże, s. 69.



Na szczególne wyróżnienie zasługują nagrania tematyczne skierowane do dzieci i młodzieży, realizujące określony program edukacyjny. Często wymieniane były przez badanych *Ziarno*, *Domisie*, *Lippy and Messy*. Warto zwrócić również uwagę na bardzo popularne (nie tylko wśród dzieci i młodzieży) seriale *M jak miłość*, *Klan*, *Plebania*, *Na dobre i na złe*. Współczesne telenowele różnią się znacząco od ich wenezuelskich czy brazylijskich pierwowzorów sprzed kilkunastu lat. W swej treści nie poruszają jedynie intryg miłosnych, swoistej „psychologii twarzy” (kadrowania twarzy bohatera w maksymalnym przybliżeniu), lecz poruszają wiele ważnych społecznie problemów: relacji międzyludzkich, aborcji, eutanazji, konkubinatu i innych. Fabuła współczesnych polskich seriali ma charakter uniwersalistyczny, jest odbiciem rzeczywistych problemów dotyczących przeciętnego człowieka. Stanowią zatem cenne źródło wzorów zachowania, postępowania.

Dzięki przekazom telewizyjnym dzieci uczą się podstawowych zasad higieny i dobrego obyczaju, zdobywają wiedzę wspierającą ich w poprawnej socjalizacji. Uzyskują również wiedzę na temat zasad bezpieczeństwa, natomiast starsza młodzież kształtuje swoje postawy wobec złożonych problemów społecznych i innych ludzi. Świadczą o tym wypowiedzi badanych dzieci i młodzieży:

*Z telewizji, oglądając takie programy, jak „Domisie” albo „Wiem, że należy się myć i nie podstępować” (dziewczyna, 9 lat);*

*Dowiedziałam się z telewizji, że nie można uciekać z domu (dziewczyna, 11 lat);*

*Oglądam różne programy i teraz wiem, jak postępować, żeby nie wpaść pod samochód (chłopiec, 12 lat);*

*Z telewizji uczę się dobrych zachowań, postaw (dziewczyna, 15 lat);*

*Z telewizora wiem, jak pomagać innym, rozwiązywać problemy (dziewczyna, 15 lat).*

Jak wspominałem wcześniej, o ile w odniesieniu do pokolenia młodych telewizja ma określony wpływ na ich światopogląd, postawy, system wartości, o tyle w przypadku rodziców oraz dziadków, przekazy telewizyjne stanowią źródło wzorów do naśladowania, wiedzy do rozwiązywania nurtujących ich problemów życiowych. Wśród wzorów zachowań i wartości przejmowanych z seriali (*M jak Miłość*, *Klan*, *Plebania*, *Na dobre i na złe*) należy wyróżnić wiele pozytywnych takich, jak wsparcie bliskich, zaufanie, bezinteresowność. Niejednokrotnie odbierając programy przedstawiające życie i zachowania innych ludzi (*Telekurier*, *Ekspres reporterów*), czerpią z nich rozwiązania dla swoich problemów, uzyskują wiedzę legislacyjną, porady służące budowaniu poprawnych relacji międzyludzkich, rodzinnych i sąsiedzkich. Często również uczą się, w jaki sposób „nowocześnie, ale mądrze” wychowywać dzieci, wnuki. Ilustracją otrzymanych wyników są wybrane wypowiedzi rodziców i dziadków:

*Oglądając seriale, uzyskuję określone informacje, rady, porady przydatne w życiu (kobieta, 34 lata).*

*Z telewizji uczę się nowych zachowań, wiem co należy robić, jak się zachować w określonych sytuacjach (kobieta, 45 lat).*

*Z programów społecznych, opartych na faktach wzmacniam mądrość życiową (kobieta, 35 lat).*

*Lubię „Ekspres reporterów” i „Interwencję”, ponieważ podają ciekawe przykłady z życia (kobieta, 37 lat; kobieta, 41 lat).*

*W telewizorze pokazują, jak żyją inni ludzie (kobieta, 80 lat).*

Dzięki uzyskiwanej z telewizji wiedzy niektórzy badani rodzice i dziadkowie uczą się *jak gospodarzyć* (mężczyzna, 80 lat), *jak postępować w życiu* (kobieta, 70 lat), *jak być lepszym człowiekiem* (kobieta, 37 lat).

Kluczowy dla uczenia się nowych wzorów mechanizm obserwacji modelu i jego naśladowanie nie znajduje uzasadnienia w odniesieniu do **radia**. Trudno jest wyobrazić sobie model, wykorzystując wyłącznie element audialny. Wymaga to od odbiorcy wysiłku, aktu kreacji, co w dobie audiowizualizacji przekazów może okazać się trudne, gdyż badani przyzwyczajeni są do odbierania gotowych komunikatów w postaci obrazu (należy jednak mieć na uwadze możliwość uczenia się zachowań werbalnych). W dodatku radio jest traktowane przez badanych jako „tło” codziennie wykonywanych przez nich czynności. Odbiór audycji radiowych ma zatem najczęściej charakter przypadkowy. Prawdopodobnie z tego względu to medium elektroniczne stanowi źródło wzorów postępowania, nowych zachowań tylko dla pojedynczych badanych osób (dla pokolenia młodego – 8%, średniego – 8,9%, starszego – 2,3%). Młodzi uzyskują z radia informacje związane życiem ulubionych gwiazd muzyki, natomiast pojedynczy rodzice poszukują w radio modelu *ciekawszego życia* (kobieta, 31 lat) lub sposobów na jego uprzyjemnienie (związanych z przepisami nowych potraw, ciast). Seniorzy natomiast uczą się nowych zachowań dzięki reportażom radiowym przybliżającym przykłady z życia innych ludzi, ale również modyfikują swój styl bycia przez ubogacanie życia modlitwą:

*Słuchając sprawiedliwego „Radia Maryja” uczę się nowych modlitw, pieśni religijnych (kobieta, 72 lata; kobieta, 77 lat; kobieta, 79 lat).*

Tabela 15. Wartościowe wzory zachowań uzyskiwane przez badane generacje w oparciu o media elektroniczne i multimedia

Cechy zachowań wartościowych	Pokolenie młode				Pokolenie średnie				Pokolenie starsze			
	T 42%	R 8%	K 6%	I 7%	T 23,8%	R 8,9%	K 2%	I 2%	T 10,2%	R 2,3%	K 0%	I 0%
Umiejętność poprawnego zachowania	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Szacunek dla innych ludzi	+	-	-	-	+	-	-	-	+	-	-	-
Rozwiązywanie życiowych problemów	-	-	-	-	+	-	-	-	+	-	-	-
Umiejętności wychowawcze	-	-	-	-	+	-	-	-	+	-	-	-
Postawy wobec ważnych problemów społecznych	+	-	-	-	+	-	-	-	+	-	-	-
Dobre gospodarowanie	-	-	-	-	+	-	+	+	+	-	-	-
Style życia	+	+	-	+	+	+	-	-	+	+	-	-
Pomoc innym osobom	+	-	-	-	+	-	-	-	+	-	-	-

Źródło: badania własne; T – telewizja, R – radio, K – komputer, I – Internet

**Multimedia** wypełniają funkcję wzorotwórczą jedynie w odniesieniu do pojedynczych osób z pokolenia dzieci i młodzieży i ich rodziców. Wynika to z faktu ciągle jeszcze ograniczonego dostępu do komputera i Internetu na wsi, ale również z niskiego poziomu kompetencji medialnych, związanych głównie z brakiem umiejętności posługiwania się takim narzędziami, jak komputer oraz Internet oraz motywami korzystania z multimedii, które najczęściej dotyczą rozrywki. Tylko pojedyncze osoby młode uczą się nowych zachowań z oglądanych na komputerze bajek lub gier komputerowych. Rodzice natomiast szukają wskazówek przydatnych w ich pracy zawodowej. Stwierdzić zatem należy, że **radio i multimedia** w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich **pełnią funkcję wzorotwórczą w sposób incydentalny** (głównie wobec pokolenia młodego i średniego).

Analiza statystyczna nie wykazała istotnego statystycznie związku między pokoleniowością, aktualnym poziomem edukacyjnym dzieci i młodzieży, poziomem wykształcenia rodziców i dziadków, a wzorotwórczą funkcją realizowaną przez media. Można jedynie stwierdzić o pewnych tendencjach dotyczących częstszego wykorzystywania przez badane generacje przekazów telewizyjnych w celu uzyskiwania wartościowych wzorów zachowań dotyczących poprawności zachowania w określonych sytuacjach rodzinnych, koleżeńskich, właściwych postaw wobec drugiego człowieka, szacunku dla życia, innych osób, wiedzy do rozwiązywania nurtujących ich problemów życiowych.

Media elektroniczne i multimedia oprócz dostarczania badanym gotowych pozytywnych wzorów postępowania mogą również być źródłem zachowań niepożądanych. Z wypowiedzi badanych (wywiady; N=40) wynika, że zarówno dzieci, jak i młodzież, ich rodzice oraz dziadkowie są świadomi, iż media mogą dostarczać również wzorców niewłaściwych z punktu widzenia prawidłowego rozwoju psychicznego, emocjonalnego bądź społecznego. Zaznaczyć należy, że żaden z badanych nie stwierdził, że radio oraz komputer są propagatorami złych wzorów. Najczęściej te media kojarzą im się z rozrywką<sup>39</sup>, uprzyjemnianiem czasu wolnego, niewinnymi grami, muzyką. Świadczą o tym wypowiedzi badanych:

*Nie zabraniam dzieciom korzystać z komputera. Kontroluję. W komputerze jest to, z czego może korzystać (kobieta, 31 lat);*

*Nie ma powodu, żeby zabraniać im komputera. Chyba, że za długo siedzą (mężczyzna, 72 lata);*

*W radio nie ma złych rzeczy. Jest tylko muzyka, wiadomości i rozrywka (dziewczyna, 10 lat);*

*Nie ma w radio złych rzeczy, złych programów, tylko muzyka, rozrywka (mężczyzna, 47 lat);*

*Nie ma tam nic złego (kobieta, 62 lata).*

Uwagi badanych dotyczące **niepożądanych treści medialnych i multimedialnych** odnoszą się zatem do **telewizji i Internetu**. Podczas wywiadów (N=40) badani zwracali uwagę, że w telewizji za dużo jest treści **nasyconych przemocą i agresją**. Niektóre dzieci i młodzież (15%) świadome są tego, że widzowie uczą się przez obserwację agresji i przemocy prezentowanej na ekranie. Oznacza to, że niektórzy badani pomimo młodego wieku, interpretują rzeczywistość prezentowaną na ekranie telewizora lub komputera w sposób dojrzały, widząc w nich nie tylko rozrywkę, mocne wrażenia, ale również pewne zagrożenia, złe wzorce do naśladowania. Świadczą o tym niektóre ich wypowiedzi:

*Oglądanie przemocy czasami przechodzi w zachowanie (dziewczyna, 14 lat);*

*Może to źle wpływać na oglądającego (dziewczyna, 15 lat);*

*Przecież inny człowiek może zrobić to samo (dziewczyna, 12 lat).*

Również rodzice (35%) i dziadkowie (30%) podkreślali, że obserwowanie telewizyjnych aktów przemocy jest złe i niepotrzebne, może wywierać zły wpływ na ich dzieci i wnuki.

Zdaniem badanych w telewizji (pokolenia młodego – 22,5%, średniego – 25%, starszego – 25%) oraz Internecie (dzieci i młodzieży – 15%, rodziców – 20%, dziadków

<sup>39</sup> Por. M. Braun-Gałkowska, I. Ulfik, *Zabawa w zabijanie*, dz. cyt.

– 15%) za dużo jest treści **erotycznych i pornograficznych**. Stwierdzić należy jednak, że obecnie media elektroniczne i multimedia stanowią jeden z elementów spontanicznej edukacji seksualnej, problematyki, która stanowi temat zakazany w badanych rodzinach, na co wskazują wypowiedzi niektórych respondentów:

*To szkodzi młodym ludziom (kobieta, 39 lat);*

*Czemu to ma służyć? (kobieta, 42 lata);*

*Przecież dzieci mogą to oglądać (mężczyzna, 80 lat);*

*To jest złe (mężczyzna, 65 lat; kobieta, 66 lat).*

Troska rodziców i dziadków jest zrozumiała. Niekontrolowany przez nikogo odbiór takich treści może prowadzić do zaburzeń w rozwoju tożsamości płciowej odbiorcy, jego sfery życia seksualnego. Sądzę jednak, że przy odpowiednim przygotowaniu rodziców, przełamaniu uprzedzeń i wstydu mogłoby to stanowić wstępny etap edukacji seksualnej. Zdaję sobie sprawę, że postulat ten jest dość ryzykowny, jednak chcę wskazać na to, że i w tej dziedzinie można wykorzystać potencjał medialny telewizji bądź Internetu nie jako narzędzia „wyręczającego”, ale raczej „wspierającego”.

Media elektroniczne (telewizja) i multimedia (Internet) przez dostarczenie określonych, wartościowych wzorów postępowania mogą stanowić wsparcie w rozwoju kulturalnym, społecznym badanych. Odbierane przekazy zawierające przykłady zachowań w różnych sytuacjach społecznych mogą ułatwić badanym pełnienie określonych ról<sup>40</sup>, np. wynikających z funkcji pełnionych w rodzinie, roli ucznia w szkole, pracownika, kolegi, dobrego sąsiada. Komunikaty, z których korzystają badani, mogą kształtować ich stosunek do najbliższych osób, grup społecznych, idei, powszechnie uznawanych i realizowanych wartości, wyrabiając tym samym w odbiorcy poczucie uczestnictwa w kulturze.

Jak twierdził wielki humanista, pedagog społeczny Aleksander Kamiński, rozrywka „jest przeciwieństwem biernego odpoczywania, wyraża potrzebę ruchu, nowości, przygody, hazardu, zmienności, wrażeń, iluzji”<sup>41</sup>. Przejawia się ona w „działaniu stanowiącym cel dla siebie samego, nasyconym zmiennością, bogactwem wrażeń o zabarwieniu pozytywnym”<sup>42</sup>.

W badanym środowisku wiejskim trudno jest o sytuacje sprzyjające wspomnianej wyżej „zmienności i bogactwu wrażeń”. Codziennosc badanych generacji wypełnia raczej monotonia. Jest to konsekwencją słabej infrastruktury kulturalnej środowiska, ale również codziennie powielanych przez badanych schematów

<sup>40</sup> Por. J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja...*, dz. cyt.

<sup>41</sup> A. Kamiński, *Funkcje pedagogiki społecznej*, Warszawa 1972, s. 299.

<sup>42</sup> A. Zawadzka, *Dziecko a zmienowość nauki szkolnej*, Wrocław 1991, s. 99; A. Zawadzka, K. Ferenc (red.), *Społeczne aspekty wypoczynku młodych kobiet*, Wrocław 1998, s. 14.

związanych z nauką w szkole, wielogodzinną, żmudną pracą w gospodarstwie rolnym, obowiązkami związanymi z prowadzeniem gospodarstwa domowego. Badani nie doświadczają na co dzień zbyt wielu sytuacji sprzyjających podejmowaniu aktywności rozrywkowej. Okazjonalnie uczestniczą w imprezach kulturalnych sporadycznie organizowanych na terenie gminy, nie wspominając o wizytach w takich instytucjach kultury, jak kino, teatr, muzeum, filharmonia. W jaki zatem sposób badani zaspokajają naturalną potrzebę rozrywki, zabawy, przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń pozwalających im na ucieczkę od monotonii, od codziennych problemów i spraw? **Funkcja rozrywkowa** w życiu badanych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich realizowana może być zarówno przez spotkania, zabawy towarzyskie, uprawianie sportu, spacer, zajęcia hobbyistyczne, ale także przez korzystanie z przekazów medialnych i multimedialnych.

Autorzy wielu prac naukowych<sup>43</sup> wskazują na to, że funkcję rozrywkową wobec swoich odbiorców pełni w szczególności **telewizja**. Potwierdzają to również otrzymane wyniki badań przedstawione na wykresie 9. Ponad połowa dzieci i młodzieży (68%), połowa rodziców (50,5%) i prawie połowa dziadków (45,5%) zaspokaja potrzebę rozrywki, korzystając z telewizji. Nie wszystkie odbierane przez badanych przekazy telewizyjne pełnią tę funkcję.

Z wypowiedzi badanych wynika, że funkcję rozrywkową wobec młodszych dzieci pełnią oglądane przez nich wieczorynki, animowane bajki, programy tematyczne takie, jak *Ziarno* czy *Domisie*. Dzieci, śledząc perypetie ulubionych bohaterów, doświadczają bogactwa pozytywnych doznań. Wczuwają się niejednokrotnie w postać bohatera, reagując śmiechem, czasami płaczem lub naśladują jego zachowanie w organizowanych przez siebie zabawach po zakończeniu projekcji. Rozwijają przy tym swoją wyobraźnię, uczą się wchodzenia w nowe role, ale przede wszystkim korzystają z możliwości zabawy.

Dzieci starsze preferują natomiast różnego rodzaju programy rozrywkowe, filmy komediowe i przygodowe oraz teleturnieje. Takie programy, jak *Jaka to melodia?*, *Duże dzieci* oraz filmy i seriale dają im możliwość odreagowania problemów dnia codziennego związanych z pełnieniem roli ucznia, czasami z niepowodzeniami w szkole, wynikających z braku zrozumienia przez rówieśników czy członków rodziny. Odbierane przez młodych treści medialne o charakterze rozrywkowym stanowią również dla nich swoistą kompensację niekorzystnej sytuacji kulturalnej środowiska, w którym mieszkają. Każdy człowiek, zwłaszcza młody, odczuwa naturalną potrzebę rozrywki, chęć przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń, zabawy. Trudna jest zatem sytuacja badanych młodych, którym dorośli (rodzice,

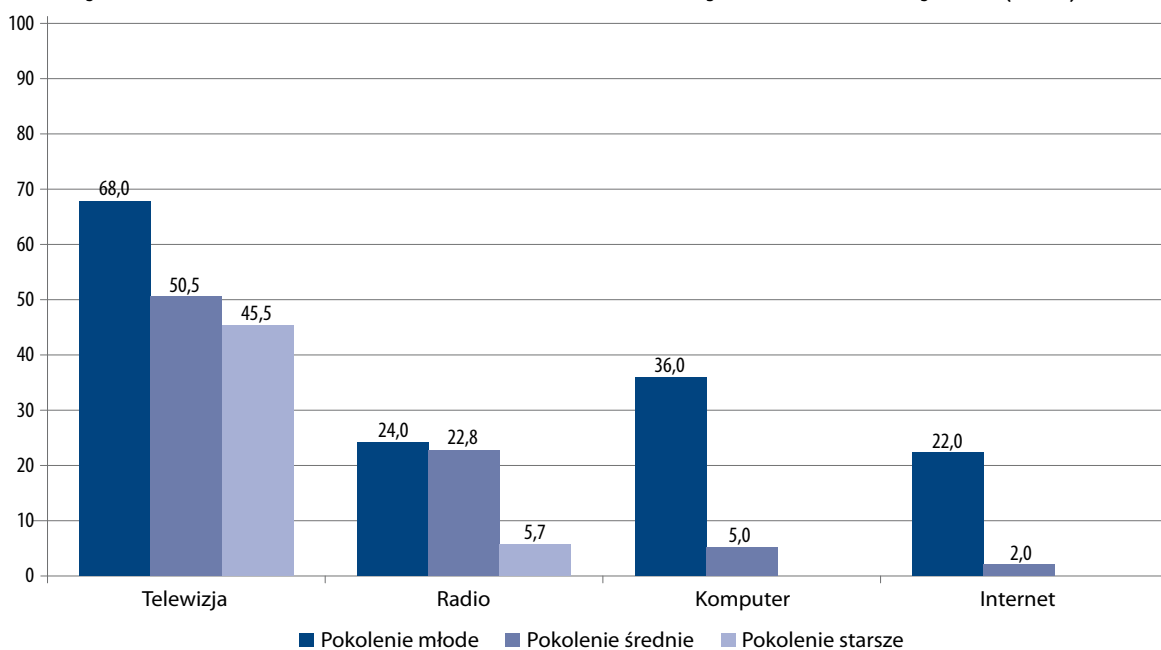
<sup>43</sup> Por. prace Mirosławy Wawrzak-Chodaczek, Jadwigi Izdebskiej, Krystyny Ferenz, Anny Zawadzkiej, Janusza Gajdy, Macieja Mrozowskiego i in.



dziadkowie, ale również samorządowcy) nie stwarzają zbyt wielu sytuacji sprzyjających zaspokojeniu wymienionych potrzeb. W badanym środowisku wiejskim sporadycznie są organizowane imprezy plenerowe. Jedynie w miejscowości gminnej odbywają się dni miejscowości, dożynki, a w sezonie wakacyjnym dyskoteki. Nie dziwi zatem fakt, że aż 68% młodych szuka rozrywki w programach telewizyjnych.

Również badani rodzice i dziadkowie w celu zapomnienia, chwilowej ucieczki od codziennych problemów i spraw związanych z pracą w gospodarstwie rolnym, prowadzeniem domu, zajmowaniem się dziećmi/wnukami oraz innymi członkami rodziny korzystają z programów rozrywkowych, teleturniejów, oglądają filmy fabularne, kabarety oraz seriale (seniorzy głównie *Modę na sukces*).

Wykres 9. Media elektroniczne i multimedia jak źródło rozrywki (w %)



$$\chi^2=50,878 \quad df=6 \quad p<10 \quad (-6) \quad C_{kor}=0,47$$

Źródło: badania własne

Pomimo iż głównym źródłem rozrywki w badanych rodzinach jest telewizja, to jednak dość liczna grupa badanych od reaguje nudę i monotonię dnia codziennego, korzystając z **radia** (dzieci i młodzież – 24%, rodzice – 22,8%, dziadkowie – 5,7%).

Funkcja rozrywkowa radia jest związana głównie z emitowaną przez to medium muzyką. To właśnie muzyka wprowadza odbiorcę w dobry nastrój, dostarcza badanym pozytywnych doznań, przywołuje w pamięci miłe chwile, wspomnienia pozwalające przenieść się w świat wyobraźni, zapomnieć o troskach i problemach codzienności. Świadczą o tym wypowiedzi badanych:

*Przy muzyce się relaksuję (dziewczyna, 14 lat);*

*Muzyka daje rozrywkę (kobieta, 32 lata);*

*Muzyka jest dobra na zły humor, depresję (kobieta, 43 lata).*

O ile w przypadku telewizji i radia wyróżnić można wiele typów przekazów pełniących wobec ich odbiorców funkcję rozrywkową (programy rozrywkowe, komedie, filmy przygodowe, seriale, piosenki), o tyle w przypadku **komputera** istnieje tylko jeden typ – gry komputerowe. Dotyczy to badanych dzieci i młodzieży (36%) oraz pojedynczych rodziców (5%). Dla młodych charakter rozrywkowy ma w rzeczywistości każda czynność wykonywana z wykorzystaniem komputera. Gry komputerowe dają graczom wiele różnego rodzaju doznań. Gry sportowe wzbudzają ducha konkurencji, zdrowej rywalizacji, uczą zasad *fair play*, rozwijają zręczność i spryt osoby grającej, a niejednokrotnie umożliwiają poznanie smaku porażki (co też wydaje się twórcze i wzmacniające). Gry przygodowe, angażujące młodych na wiele godzin, dają im poczucie przeżywania wspaniałej przygody, niektóre z nich uczą odpowiedzialności za podjęte decyzje, wykonane ruchy, wyrabiają umiejętność kreatywnego myślenia stanowiącego klucz do wygranej. Gry edukacyjne natomiast dostarczają badanym wiele radości wynikającej z pomyślnego rozwiązania łamigłówki, zadania. Sądzę, że powyższe ustalenia można przyjąć za jedne z powodów, dla których gry komputerowe cieszą się tak dużą popularnością wśród młodych, a właściwą pointą jest wypowiedź dziewięciolatka:

*Grając, nie myślę o niczym innym i to mnie relaksuje (chłopiec, 9 lat).*

Dla niektórych młodych (22%) oraz kilku rodziców (2%) czynnością samą w sobie dającą wiele przyjemności, dostarczającą rozrywki jest korzystanie z **Internetu**. Wiele satysfakcji badanym dzieciom i młodzieży dostarcza korzystanie z popularnych portali Onet, Wirtualna Polska, Interia. Młodzi przy okazji zabawy, „przeskakiwania z okienka w okienko” sprawiającego przyjemność zdobywają wiadomości z różnych dziedzin. Internet ponadto wzbudza w odbiorcach poczucie panowania nad informacjami, kreowania kształtu i charakteru zdobywanej wiedzy, daje przyjemne poczucie władzy. Wiele radości dostarcza młodym korzystanie z typowo rozrywkowych serwisów internetowych YouTube oraz JoeMonster. Oglądanie krótkich, najczęściej amatorskich filmików prowokuje salwy spontanicznego śmiechu.

Wiele pozytywnych emocji wzbudza w badanych (zarówno dzieci i młodzieży, jak i rodziców) korzystanie z komunikatora internetowego Gadu-Gadu lub Skype. Komunikator Gadu-Gadu zakres swoich usług ogranicza do przesyłania wiadomości tekstowych, natomiast aplikacja Skype umożliwia wideokonferencje – komunikowanie łączące dźwięk i obraz. Wspomniane pozytywne emocje są głównie związane z kontaktowaniem się z członkami rodziny, krewnymi, znajomymi przebywających z różnych względów w odległych zakątkach świata.

Badane generacje, jak wynika z ich wypowiedzi, korzystają z różnych mediów i różnych przekazów medialnych oraz multimedialnych w celu odreagowania uciążliwej codzienności, oderwania się od codziennego życia, rozrywki. Często korzystają

również z mediów w celu wypełnienia czasu wolnego (dzieci i młodzież – 49%, rodzice – 28,7%, dziadkowie – 34,1%). Jeżeli jest to działanie świadome, można wówczas przypuszczać o kompensacyjnej funkcji mediów, z jakich korzystają badani. W przeciwnym wypadku bezmyślne spędzanie czasu wolnego, bezkrytyczna rozrywka oddala odbiorców od autentycznego uczestnictwa w kulturze<sup>44</sup>.

Analizy statystyczne po raz kolejny potwierdziły, że pokoleniowość różnicuje w sposób istotny statystycznie ( $p < 10^{-6}$ ) wykorzystywanie poszczególnych mediów w celu możliwości zabawy, przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń pozwalających im na ucieczkę od monotonii, codziennych problemów i spraw. Wartość współczynnika  $C_{kor} = 0,47$  wskazuje na wyraźny związek między zmiennymi. Dzieci i młodzież znacznie częściej niż starsze generacje korzystają w tym celu zarówno z telewizji, radia, komputera, jak i Internetu. Pokolenie rodziców i dziadków natomiast ogranicza się do rozrywkowych przekazów radiowo-telewizyjnych.

W badanych generacjach wielopokoleniowych rodzin wiejskich telewizja, radio, komputer i Internet stwarzają również możliwość **odpoczynku**. Sens odpoczynku „polega na odreagowaniu zmęczenia i znużenia, na odnowieniu sił fizycznych i psychicznych zużytych nie tylko w pracy zawodowej (...) ale i w kłopotach zajęć i obowiązków życia codziennego”<sup>45</sup>. Wartość odpoczynku docenia każdy człowiek, ponieważ jego brak powoduje spadek wydajności pracy (zarówno w szkole, jak i w gospodarstwie) i prowadzi do zmęczenia.

Badani często wspominali, że odpoczynkiem dla nich jest drzemka, spacer, jazda rowerem, rozmowy z najbliższymi osobami, czytanie książek, uprawianie ogródka, spotkania ze znajomymi, ale także korzystanie z mediów elektronicznych i multimediiów. Nie wszystkie odbierane przekazy medialne umożliwiają badanym odpoczynek. Warunek konieczny odreagowania zmęczenia i znużenia, regeneracji sił fizycznych i psychicznych zużytych w czasie nauki szkolnej czy pracy stanowi odbiór przekazów niewymagających większej koncentracji uwagi, wysiłku intelektualnego bądź silnych przeżyć emocjonalnych.

Połowa badanych dzieci i młodzieży (49%), rodziców (48,5%) oraz dziadków (52,3%) po pracy w szkole, w gospodarstwie domowym i rolnym odpoczywa, korzystając z telewizji (wykres 10). Świadczą o tym wypowiedzi badanych:

*Oglądam bajki, bo wtedy kładę się na łóżku i nic nie robię (dziewczyna, 8 lat);*

*Oglądam telewizję, bo wtedy się nie męczę i nie myślę o szkole (chłopiec, 14 lat);*

*Najchętniej odpoczywam przed telewizorem, ponieważ to lubię (chłopiec, 16 lat).*

<sup>44</sup> Por. J. Gajda, *Środki masowego przekazu w wychowaniu*, Warszawa 1988; M. Mrozowski, *Funkcje telewizji w społeczeństwie*, (w:) K. Jakubowicz, B. Puszczewicz (red.), *Człowiek a telewizja*, Warszawa 1990.

<sup>45</sup> A. Kamiński, *Czas wolny i jego problematyka społeczno-wychowawcza*, Wrocław-Warszawa-Kraków 1965, s. 99–101.

*Po ciężkiej pracy pragnę trochę poleniuchować; leżę i oglądam telewizję (mężczyzna, 28 lat);*

*Leżę w łóżku i oglądam telewizję, bo po pracy jestem zmęczona (kobieta, 47 lat);*

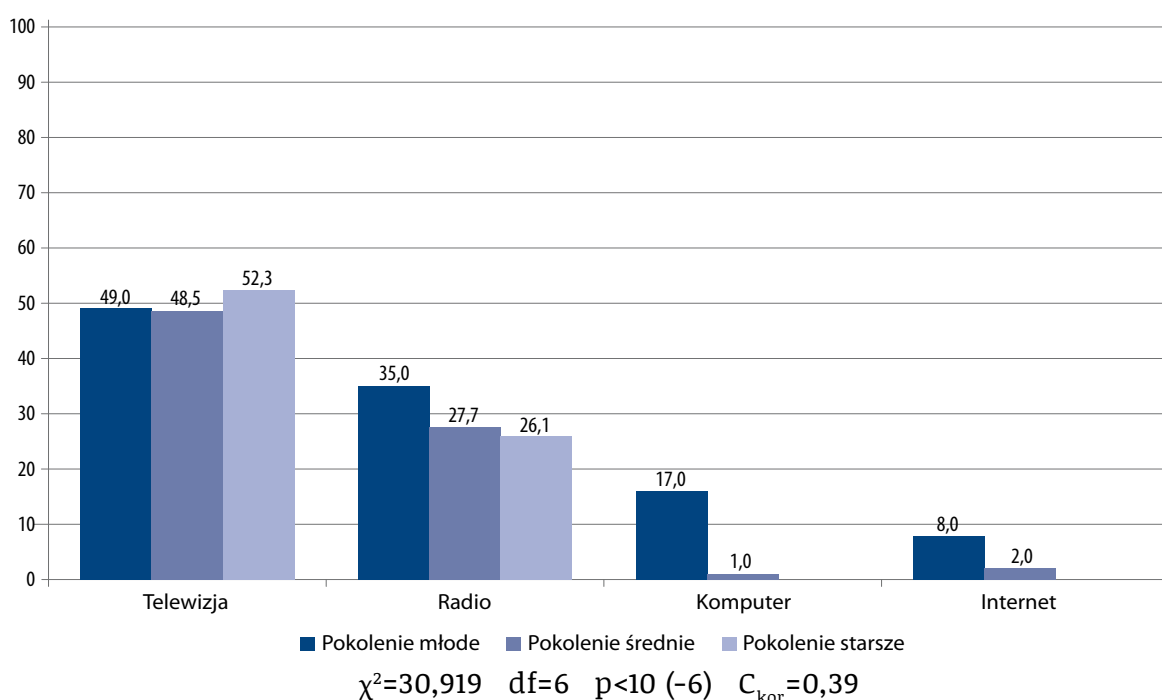
*Oglądam telewizję, bo wtedy mogę się zrelaksować i nie myśleć o pracy (kobieta, 48 lat);*

*Odпочyiwam przed telewizorem – oglądam ciekawe programy (kobieta, 62 lata);*

*Odпочyiwam przy telewizji, ponieważ to lubię (mężczyzna, 62 lata);*

*Oglądając telewizję, mogę się odprężyć i nie myśleć o obowiązkach (kobieta, 72 lata).*

Wykres 10. Media elektroniczne i multimedia realizujące funkcję odpoczynku



Źródło: badania własne

Odpoczynek daje badanym również słuchanie muzycznych **audycji radiowych** (dzieci i młodzież – 35%, rodzice – 27,7%, dziadkowie – 26,1%). Muzyka, o czym pisałem wcześniej, koi zmęczenie, znużenie, odpręża, daje poczucie spokoju i równowagi psychicznej. Świadczą o tym wypowiedzi badanych:

*Słucham radia, bo to mnie uspokaja (dziewczyna, 14 lat);*

*Leżę, słucham muzyki, ponieważ to jest najlepszy odpoczynek (dziewczyna, 14 lat);*

*Słucham muzyki w radio, bo wtedy się odprężam i odpoczywam (dziewczyna, 16 lat);*

*Lubię słuchać radia, ponieważ to odpręża (kobieta, 35 lat);*

*Leżę i słucham muzyki w radio; muzyka ma pozytywny wpływ w momencie, kiedy jestem bardzo zmęczona (kobieta, 39 lat).*

*Odпочyiwam, słuchając radia, bo pracuję fizycznie w gospodarstwie rolnym, mam liczną 6-osobową rodzinę (kobieta, 42 lata);*

*Leżę w łóżku i słucham radia (kobieta, 70 lat);*

*Słuchając radia, mogę się odprężyć i nie myśleć o obowiązkach (kobieta, 72 lata).*

Niektórzy młodzi odpoczywają również w trakcie korzystania z **komputera** (17%) oraz **Internetu** (8%):

*Grając na komputerze zapominam wtedy o obowiązkach i szkole (chłopiec, 9 lat);*

*Gram na komputerze, bo wtedy mogę przestać myśleć o szkole (dziewczyna, 13 lat);*

*Odpoczywam poznając nowych ludzi przez Internet (chłopiec, 16 lat).*

Różnice występujące między zmienną pokoleniowości a funkcją odpoczynku realizowaną przez poszczególne media są istotne statystycznie ( $p < 10^{-6}$ ), ale związek między nimi jest słaby ( $C_{kor} = 0,39$ ). Należy jednak stwierdzić, że pokolenie młode częściej niż rodzice i dziadkowie odpoczywają w trakcie korzystania zarówno z przekazów telewizyjno-radiowych, jak i multimedialnych. Pojedyncze osoby z pokolenia rodziców oprócz programów telewizyjnych i audycji radiowych wykorzystują w tym celu przekazy multimedialne, natomiast dziadkowie ograniczają się do „przekazów tradycyjnych”.

Odreagowanie zmęczenia i znużenia, regeneracja sił fizycznych i psychicznych zużytych w czasie nauki szkolnej czy pracy umożliwia podjęcie nowego wysiłku intelektualnego i fizycznego, daje siłę do realizacji nowych zadań, do pokonywania kolejnych wyzwań, jakie niesie ze sobą rzeczywistość.

W literaturze przedmiotu obecne są stanowiska, w świetle których obecność mediów elektronicznych w przestrzeni życiowej członków rodziny, czas poświęcany na korzystanie z nich, ogranicza budżet czasu poświęcanego na wspólne rodzinne inicjatywy, a tym samym osłabia spójność rodziny<sup>46</sup>.

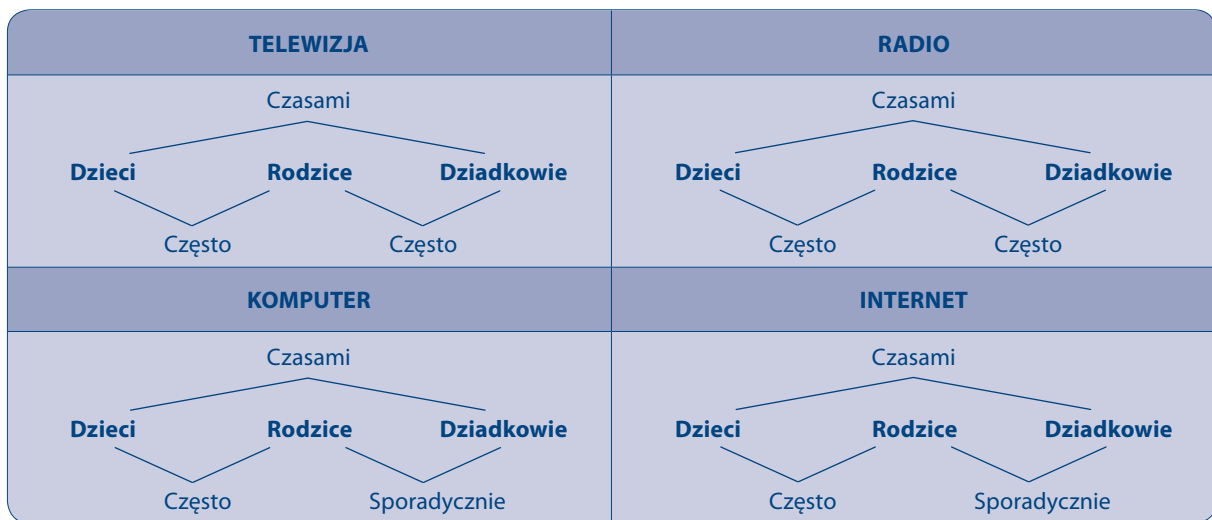
Otrzymane w trakcie badań dane wskazują jednak na to, że paradoksalnie w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich korzystanie z mediów elektronicznych i multimedii stanowi podstawowy czynnik sprzyjający wspólnemu spędzaniu czasu wolnego w rodzinie (schemat 5).

Potrzebę wspólnego korzystania z mediów i bycia razem wyraźnie odczuwa ponad połowa dzieci i młodzieży (52%), prawie połowa rodziców (45,5%) oraz niektórzy dziadkowie (36,8%). W pewnych okolicznościach wspólny wybór i korzystanie z przekazów medialnych i multimedialnych może również wpływać na wzmacnianie więzi wewnątrzrodzinnych między członkami rodziny<sup>47</sup>.

<sup>46</sup> M. Braun-Gałkowska, *Media a spójność rodziny*, (w:) D. Wadowski (red.), *Kultura – media – społeczeństwo*, Lublin 2007.

<sup>47</sup> Por. A. Kumor, *Telewizja w rodzinie*, „Oświata Dorosłych” 1982, nr 2; D. Kowalczyk, *Telewizja a problemy integracji rodziny*, (w:) A. Tchorzewski (red.), *Rodzina – przeszłość – teraźniejszość – przyszłość*, Bydgoszcz 1988; Z. Tyszka, *Model rodziny współczesnej*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 1986, nr 4; J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja...*, dz. cyt.

Schemat 5. Częstotliwość wspólnego korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych i multimediów



Źródło: opracowanie własne

Z informacji uzyskanych w rezultacie przeprowadzonych wywiadów wynika, że badani najczęściej starają się wzbudzić wzajemne zainteresowanie programami **telewizyjnymi**, ponieważ telewizja **najczęściej** gromadzi przed odbiornikiem całą rodzinę. Świadczą o tym wypowiedzi ponad połowy młodych (68%), rodziców (58,4%) i prawie połowy dziadków (43,2%). Dzieci i młodzież próbują zainteresować rodziców i dziadków programami, które sami lubią. Młodsze dzieci proponują im wspólne oglądanie wieczorynek (*Kubuś Puchatek, Tabaluga, Smerfy*). Dzieci starsze natomiast zachęcają ich do oglądania filmów o tematyce przyrodniczej, teleturniejów (*Jeden z dziesięciu, Familiada, Jak to melodia?, Randka w ciemno*) i przede wszystkim seriali telewizyjnych (*M jak miłość, Moda na sukces, Klan, Plebania, Samo życie, Pierwsza miłość, Na dobre i na złe*). Świadczą o tym wypowiedzi badanych:

*Lubię z mamą obejrzeć jakiś film (dziewczyna, 15 lat);*

*Oglądamy teleturnieje, filmy, seriale, komedie – lubimy się śmiać (chłopiec, 10 lat);*

*Oglądamy razem filmy przyrodnicze, bo dużo się dowiadujemy o zwierzętach (chłopiec, 14 lat);*

*Z babcią oglądam programy o zwierzętach, a z dziadkiem o rolnictwie (chłopiec, 10 lat).*

Rodzice często proponują dzieciom programy rozwijające zainteresowania dzieci, pogłębiające ich wiedzę:

*Oglądamy razem bajki, filmy, bo wtedy jest wesoło (kobieta, 44 lata);*

*Oglądamy filmy przyrodnicze, bo dużo się z nich dowiadujemy (kobieta, 34 lata).*

Również dziadkowie czasami zachęcają wnuków do wspólnego oglądania telewizji. Najczęściej jednak są to programy interesujące nie dzieci, a samych seniorów:



*Babcia proponuje programy religijne (dziewczyna, 14 lat);*

*Razem z wnukami oglądam film, co ja lubię – „Moda na sukces” (kobieta, 71 lat).*

Pokolenia średnie i starsze zachęcają siebie wzajemnie do oglądania serwisów informacyjnych i seriali:

*Czasami z rodzicami oglądam serial, „Wiadomości”; lubimy to (kobieta, 41 lat);*

*Razem z dziećmi oglądamy wiadomości; interesujemy się tym (kobieta, 77 lat).*

Połowa badanych dzieci i młodzieży (50%), rodziców (47,5%) i prawie połowa seniorów (43,2%) **czasami** wspólnie z innymi członkami rodziny korzysta z **radia**. Pamiętać należy jednak, że przekazy radiowe stanowią najczęściej dla badanych „tło” towarzyszące wykonywaniu różnych czynności dnia codziennego: nauki, pracy, przygotowywania posiłków. Wspomniane „tło” stanowią emitowane w radio programy typu *Lato z radiem, Muzyczna Jedynka, Sygnały dnia* o charakterze muzyczno-informacyjnym. Sporadycznie natomiast używają radia z zamiarem wspólnego wysłuchania określonej audycji. Okazjonalnie również badane generacje wspólnie słuchają rozgłośni Radia Maryja, emitowanych w nim modlitw, pieśni, transmisji Mszy Świętej.

Niektórzy badani (dzieci i młodzież – 38%, rodzice – 24,8% oraz jeden senior) czasami wspólnie używają **komputera**. Sytuację wspólnego korzystania z tego medium inicjują zazwyczaj młodzi. Rodzice i dziadkowie bardzo rzadko proponują młodym lub sobie nawzajem wspólne używanie tego medium. W większości przypadków aktywność badanych skupia się na różnego rodzaju grach komputerowych, ale również na programach edukacyjnych i aplikacjach użytkowych. Dzieci i młodzież, zachęcając rodziców do wspólnego korzystania z komputera, czynią to najczęściej w celu rozrywki lub wspólnej edukacji. Grają oni wówczas w różne gry komputerowe, oglądają zdjęcia z uroczystości rodzinnych, filmy, korzystają z programów edukacyjnych potrzebnych do szkoły. Świadczą o tym wypowiedzi młodych:

*Uczę tatę pisać, jak obsługiwać komputer (dziewczyna, 14 lat);*

*Oglądamy zdjęcia, filmy (chłopiec, 10 lat; chłopiec 15 lat);*

*Gramy w gry (dziewczyna, 11 lat; chłopiec, 9 lat).*

Potwierdzają to również wypowiedzi rodziców:

*Oglądamy filmy, zdjęcia, rodzinne imprezy (kobieta, 31 lat; mężczyzna, 49 lat);*

*Korzystamy z programów edukacyjnych do szkoły (kobieta, 31 lat; kobieta 36 lat).*

W odniesieniu do seniorów młodzi czasami proponują im korzystanie z komputera, jednak babcie i dziadkowie nie zawsze dają się do tego przekonać. Wspólnie oglądają wtedy płyty CD dołączone do prasy religijnej, oglądają zdjęcia, filmy z uroczystości rodzinnych, zdjęcia z pielgrzymek.

Pojedyncze osoby czasami wspólnie korzystają z **Internetu** (młodzi – 15%, rodzice – 9,9%, jeden senior). Podobnie, w inicjowaniu wspólnego korzystania z tego medium prym wiodą młodzi. Wspólnie korzystają wówczas z Gadu-Gadu lub Skype'a w celu komunikowania się z członkami rodziny przebywającymi za granicą. Odwiedzają również popularne serwisy internetowe Interia, Wirtualna Polska, Onet oraz wyszukują różne informacje z wykorzystaniem przeglądark internetowych Google, Yahoo. Wspólnie odwiedzają wtedy różne strony internetowe, o czym świadczą ich wypowiedzi:

*Wchodzimy na Allegro, żeby coś kupić (dziewczyna, 10 lat);*

*Odwiedzamy meblowe sklepy internetowe (kobieta, 33 lata; kobieta, 43 lata);*

*Oglądamy różne strony internetowe, ale się nie znam na tym (kobieta, 42 lata).*

Podkreślić należy, że w odniesieniu do multimediiów wysoki jest procent młodych, którzy **nigdy** nie korzystają razem z komputera (27%) lub Internetu (24%). Wskazuje to, z jednej strony, na indywidualny charakter odbioru przekazów multimedialnych. Z drugiej zaś strony świadczyć może o tym, że rodzice lub dziadkowie, ze względu na brak zainteresowań oraz umiejętności obsługi komputera i Internetu, nie są „atrakcyjnymi partnerami” w używaniu multimediiów. Z tego też względu młodzi wolą korzystać z nich w samotności lub w towarzystwie rodzeństwa i rówieśników.

Media elektroniczne i multimedia, przekazy odbierane za ich pośrednictwem, z różną częstotliwością skupiają wokół siebie wszystkie badane generacje. Fakt wspólnego (tj. w tym samym czasie, w obecności innych członków rodziny) korzystania z emitowanych przekazów, nie świadczy jednak o tym, że media pełnią w badanych rodzinach **funkcję integrującą**. Istotne jest, żeby przez wspólny wybór i oglądanie emitowanych programów, odbiorcy mogli odczuwać potrzebę wspólnego spędzania czasu, chęć porozumiewania się między sobą podczas emisji programu, wyrażania swoich uczuć gestem, mimiką, słowami, potrzebę wzajemnego wyjaśniania niezrozumiałych kwestii, dyskusji po obejrzeniu programu. Analiza statystyczna wykazała, że nie istnieje istotny statystycznie związek między tymi elementami a zmienną pokoleniowości, aktualnym poziomem edukacji pokolenia młodego, poziomem wykształcenia pokolenia rodziców i dziadków.

Podczas wspólnego odbierania przekazów medialnych (telewizja, radio) lub multimedialnych (komputer, Internet) badani często wyrażają swoje emocje (tabela 16). Wspólne **przeżywanie odbieranych treści** jest ważnym czynnikiem integrującym rodzinę. Prawie wszyscy młodzi (89%) podczas wspólnego odbioru treści medialnych dobrze się bawią, śmieją się wspólnie z innymi. Podobnie reaguje zdecydowana większość rodziców (75,2%) oraz ponad połowa seniorów (57,5%). Wynika stąd, że wspólne korzystanie mediów stanowić może sposób kompensacji naturalnej potrzeby zabawy.

Tabela 16. Zachowania badanych podczas wspólnego korzystania z mediów elektronicznych i multimediiów (w%)

Kategorie odpowiedzi	Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
Często się wszyscy śmiejemy	89,0	75,2	57,5
Często razem płaczymy	8,0	12,9	6,9
Dyskutujemy o oglądanych/słuchanych programach	50,0	51,5	51,7
Wzajemnie wyjaśniamy niezrozumiałe rzeczy	52,0	44,6	29,9
Jeszcze długo po zakończeniu programu dyskutujemy o nim	16,0	19,8	20,7

Źródło: badania własne  $\chi^2=8,7318$   $df=8$   $p=0,3654$   $C_{kor}=0,14$

Połowa badanych we wszystkich generacjach (młoda – 50%, średnia – 51,5%, starsza – 51,7%) często **dyskutuje o oglądanych/słuchanych programach** w trakcie ich trwania:

*Podczas oglądanych programów wymieniam się informacjami z bratem (dziewczyna, 14 lat);*

*Z rodzicami zawsze można porozmawiać (chłopiec, 14 lat);*

*Rozmawiamy ze sobą, żeby wszystko wiedzieli (mężczyzna, 84 lata).*

Podczas odbioru przekazów medialnych i multimedialnych badani (dzieci i młodzież – 52%, rodzice – 44,6%, dziadkowie – 29,9%) **wzajemnie wyjaśniają sobie niezrozumiałe rzeczy:**

*Rozmawiam z rodzicami, bo czasem jest trudne zagadnienie jakies (dziewczyna, 15 lat);*

*Pytam, żeby wiedzieć (chłopiec, 15 lat);*

*Rozmawiam z rodzicami, bo są to treści natury społecznej (chłopiec, 15 lat);*

*Wyjaśniamy sobie nawzajem niezrozumiałe treści (kobieta, 31 lat; kobieta, 62 lata).*

Niewiele jednak osób (dzieci i młodzież – 16%, rodzice – 19,8%, dziadkowie – 20,7%) dyskutuje na temat oglądanych/słuchanych programów **po zakończeniu jego emisji**. Większość badanych (w młodym pokoleniu – 72%, średnim – 66,3%, starszym – 60,9%) po skończonym programie **rozchodzi się do swoich zajęć**. Z wypowiedzi badanych wynika, że przyczyny tego są różne:

*Po programie idę do swoich spraw (dziewczyna, 15 lat);*

*Bo jest już późno i często chce mi się spać (dziewczyna, 8 lat);*

*Zwyczajnie, po filmie, wiadomościach idę do obowiązków swoich (mężczyzna, 42 lata);*

*Ot, nie ma tam nic do zastanawiania (mężczyzna, 78 lat);*

*Nie zastanawiam się nad tym, co oglądałam, bo nie, a o czym tam rozmyślać?*

(kobieta, 78 lat);

*Nie ma nad czym się zastanawiać* (kobieta, 79 lat);

*Idę do obowiązków (głupoty więcej niż mądrych rzeczy)* (kobieta, 71 lat);

*Nie ma potrzeby takiej* (kobieta, 80 lat).

Wśród badanych generacji znajdują się także osoby, które **nie są zainteresowane wspólnym korzystaniem** z mediów elektronicznych lub multimediiów (w młodym pokoleniu – 34%, średnim – 34,7%, starszym – 59,8%). Dla większości z nich używanie mediów jest naturalną formą rozrywki, spędzania czasu wolnego niewymagającą towarzystwa innych osób. Niektórzy badani (dzieci i młodzież – 15%, rodzice – 15,8%, dziadkowie – 12,6%) twierdzili ponadto, że różne poglądy i oceny wyrażane podczas odbierania treści medialnych **są przyczyną nieporozumień**. Badani są również przekonani, że zbyt wiele czasu, jaki poświęcają na korzystanie z mediów (głównie telewizji i komputera), prowadzi do tego, że *człowiek staje się bierny – mniej czyta, mniej pracuje, mniej się uczy*.

Na obszarze badanej gminy i w samej miejscowości nastąpiły zjawiska związane z likwidacją instytucji kultury. W roku 1985 zamknięte zostało kino „Dolina” (obecnie najbliższe kino znajduje się w miastach oddalonych od miejscowości gminnej o ok. 20 km). W latach osiemdziesiątych przy Gminnym Ośrodku Kultury w Sidrze było prowadzone koło plastyczne dla dzieci i młodzieży, którego członkowie niejednokrotnie byli laureatami konkursów plastycznych nawet na szczeblu wojewódzkim. We wsiach znajdujących się na terenie gminy działały kluby i świetlice. Obecnie funkcja gminnego ośrodka kultury została ograniczona i najczęściej jest związana ze sporadycznym organizowaniem imprez okolicznościowych (dni miejscowości, dożynki). Zlikwidowano również wiele pozaszkolnych instytucji opiekuńczo-wychowawczych (wielorakich kół zainteresowań, zespołów muzycznych, przedszkola), zredukowano instytucje środowiskowe (świetlice oraz punkty biblioteczne w mniejszych wsiach na terenie gminy), zamknięto ośrodek sportu i rekreacji, wraz z wypożyczalnią sprzętu wodnego, zlikwidowano kiosk Ruch, który umożliwiał mieszkańcom systematyczną prenumeratę ulubionych gazet i czasopism. Zredukowane tym samym zostały instytucje, gdzie mieszkańcy zdobywali nową wiedzę, nowe wiadomości z różnych dziedzin nauki, kultury, zostały ograniczone źródła inspirujące badanych do rozwijania lub zdobywania nowych zainteresowań. Skutkiem tej niekorzystnej sytuacji są ograniczone możliwości uczestnictwa mieszkańców miejscowości gminnej oraz całej gminy w kulturze na rzecz domocentrycznego i zmediatyzowanego uczestnictwa w kulturze audiowizualnej. Korzystając z określonych przekazów medialnych i multimedialnych, badani mają szansę **kompensacji** wspomnianych braków kulturalnych,

edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku i rozrywki.

Schemat 6. Przyczyny realizacji kompensacyjnej funkcji mediów elektronicznych i multimediiów w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich

Kompensacyjna funkcja mediów elektronicznych i multimediiów w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich (przyczyny jej realizacji)	
Obiektywne	Subiektywne
<ul style="list-style-type: none"> <li>• brak instytucji kulturalno-oświatowych w środowisku zamieszkania lub bardzo słaba, niekorzystna infrastruktura kulturalna</li> <li>• trudności finansowe, materialne rodziny</li> <li>• duża odległość do miasta, do instytucji kultury i sztuki</li> <li>• charakter pracy rodziców i dziadków</li> <li>• deficyt czasu wolnego dzieci, rodziców, dziadków</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• niski poziom wykształcenia rodziców i dziadków</li> <li>• brak zainteresowania rodziców/dziadków uczestnictwem w kulturze ich dzieci/wnucząt i ich samych</li> <li>• nieodczuwanie potrzeby uczestnictwa w kulturze (kino, teatr, muzeum, filharmonia)</li> <li>• brak umiejętności organizowania czasu wolnego dla członków rodziny</li> </ul>

Źródło: na podstawie J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja...*, dz. cyt., s. 210.

Na podstawie literatury przedmiotu oraz przeprowadzonych badań stwierdzić można, że kompensacyjna funkcja mediów elektronicznych i multimediiów w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich jest realizowana z dwóch powodów: obiektywnych i subiektywnych (schemat 6).

Kompensacji niezaspokojonych potrzeb związanych z rozrywką, przeżywaniem pozytywnych, radosnych doświadczeń pozwalających im na ucieczkę od monotonii, od codziennych problemów i spraw, poszukują w mediach. Ponad połowa dzieci i młodzieży (64%), wielu rodziców (39,6%) i niektórzy dziadkowie (18,2%) postrzegają media elektroniczne (głównie telewizję) przede wszystkim jako źródło rozrywki. Zarówno przekazy medialne, jak i multimedialne, z których korzystają badane generacje, zastępują im **brak możliwości rzeczywistego uczestnictwa w innych formach rozrywki** w środowisku rodzinnym i pozarodzinnym.

Starsze generacje nie stwarzają ponadto swoim dzieciom, wnukom sytuacji sprzyjających zaspokajaniu potrzeby zabawy. Jak wynika z przeprowadzonych wywiadów (N=40), ponad połowa dzieci i młodzieży (65%) twierdzi, że rodzice i dziadkowie nie organizują im czasu wolnego. Najczęściej młodzi usprawiedliwiali dorosłych, że nie mają na to czasu ze względu na charakter wykonywanej pracy lub *nie wiedzą, co wtedy chcą robić* (dziewczyna, 15 lat). W związku z powyższym dzieci i młodzież w większości zagospodarowują swój czas wolny samodzielnie, organizując zabawy wspólnie z rówieśnikami, uprawiając sport oraz korzystając z telewizji, radia, komputera i Internetu.

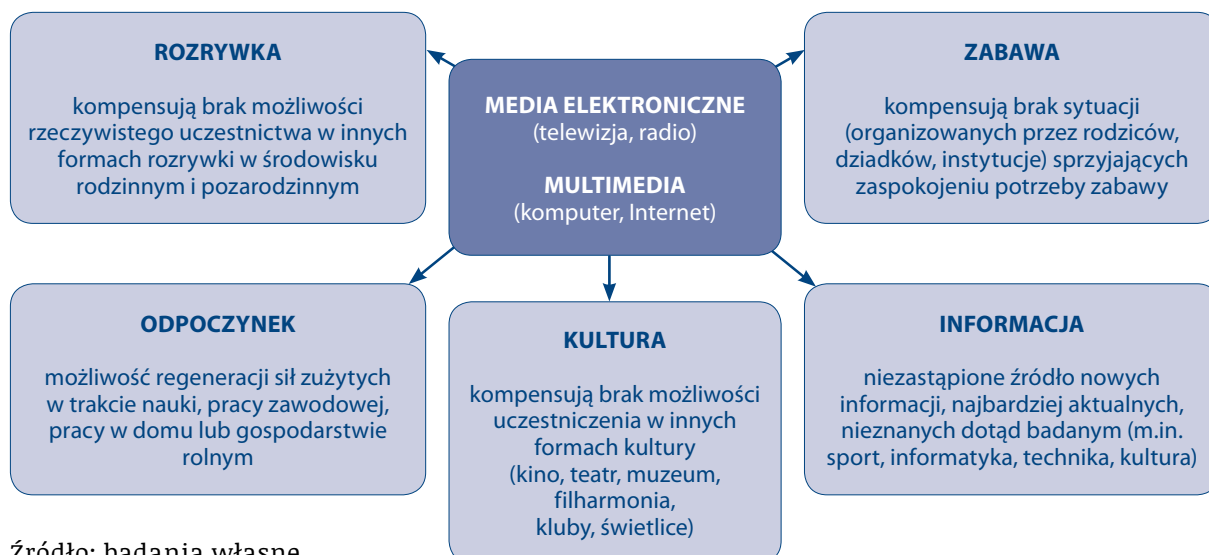
Media elektroniczne i multimedia są postrzegane jako środek kompensujący zabawę, zarówno przez pokolenie młode (56%), jak również średnie (40,6%) i starsze

(44,3%). Oglądane bardzo chętnie przez członków rodziny niektóre filmy, programy rozrywkowe, a zwłaszcza seriale, przyczyniają się **do zaspokojenia silnie odczuwanej przez nich potrzeby zabawy**, która jak pisałem wcześniej, coraz rzadziej jest zaspokajana z przyczyn obiektywnych lub subiektywnych.

W badanym środowisku wiejskim media (zwłaszcza telewizja) są atrakcyjnym, a często jedynym środkiem odpoczynku. Prawie połowa badanych (pokolenie młode – 43%, średnie – 42,6%, starsze – 43,2%) traktuje odbierane przekazy medialne i multimedialne **jako możliwość odpoczynku**, regeneracji sił zużytych w trakcie nauki, pracy zawodowej, pracy w domu lub gospodarstwie rolnym. Odbiór przekazów medialnych niewymagających większej koncentracji uwagi, wysiłku intelektualnego bądź silnych przeżyć emocjonalnych pozwala na odreagowanie zmęczenia i znużenia, co umożliwia podjęcie nowego wysiłku intelektualnego i fizycznego.

Uboga infrastruktura kulturalna badanego środowiska wiejskiego, duża odległość do najbliższego miasta, w którym znajduje się kino, teatr, muzeum lub filharmonia skutecznie ograniczają korzystanie badanych z tych form uczestnictwa w kulturze. Utrudnień można się także doszukiwać w często niskim sytuowaniu finansowym badanych rodzin. Sądzę jednak, że wymiar fizyczny (odległość, pieniądze) nie stanowią jedynych predyktorów. Główną barierą jest nieodczuwanie przez badanych potrzeby uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej. W związku z powyższym telewizja i inne media elektroniczne (radio, komputer, Internet) **kompensują** młodym (39%), ich rodzicom (32,7%) i dziadkom (21,6%) **brak możliwości uczestniczenia w innych formach kultury**. Przyczyny realizacji funkcji kompensacyjnej mediów w tym wymiarze doszukiwać się należy zarówno w niekorzystnych warunkach środowiskowych (obiektywnych), jak i rodzinnych (subiektywnych).

Schemat 7. Obszary kompensowane dzięki mediom elektronicznym i multimediom w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich



Źródło: badania własne



Dzięki mediom oraz multimediom, z których korzystają badane generacje, **zdobywają oni informacje**, których nie mogą uzyskać od innych członków rodziny (wnuków, dzieci, rodziców, dziadków) lub sąsiadów. O funkcji kompensacyjnej mediów w tym zakresie przekonanych jest 35% dzieci i młodzieży, 38,6% rodziców oraz 42% dziadków. Świadczą o tym ich wypowiedzi:

*Media umożliwiają dostęp do wszystkich informacji (chłopiec, 9 lat);*

*W mediach można znaleźć informacje o wszystkim (dziewczyna, 15 lat);*

*Media to źródło dostępu do informacji (kobieta, 45 lat);*

*Media to jedyne źródło informacji na wsi (kobieta, 62 lata).*

Badani korzystają z mediów w celu zdobycia wiedzy z zakresu techniki lub informatyki (pokolenie młode – 30%, średnie – 25,7%, starsze – 20,5%), informacji o dużych wydarzeniach sportowych (dzieci i młodzież – 23%, rodzice – 12,9%, dziadkowie – 6,8%) lub kulturalnych (pokolenie młode – 39%, średnie – 32,7%, – starsze 21,6%).

Uwzględniając zarówno obiektywne, jak i subiektywne przyczyny realizowania funkcji kompensacyjnej przez media elektroniczne i multimedia w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich stwierdzić należy, że z jednej strony ograniczają one częstotliwość korzystania z różnych środowiskowych, pozarodzinnych form uczestnictwa w kulturze, z drugiej zaś codzienny kontakt z przekazami medialnymi i multimedialnymi staje się koniecznością, jedną z możliwości poznawania świata, kultury, zdobywania wiedzy i informacji dotyczących otaczającej rzeczywistości<sup>48</sup>. Kompensowanie przez media braków środowiska lokalnego i rodzinnego w zakresie niezaspokojonych wielu potrzeb odczuwanych przez badanych, świadczy z jednej strony o ważnej roli, jaką pełnią współczesne media w życiu człowieka, z drugiej natomiast o niewydolności wychowawczej, edukacyjnej, kulturalnej badanych rodzin wielopokoleniowych i środowiska lokalnego, w którym funkcjonują. Media pomimo tego, iż wyręczają rodziców, dziadków, nauczycieli w wielu pełnionych przez nich funkcjach, nigdy nie zastępują, nie dorównują wartości relacji bezpośrednich, interpersonalnych. Ważne jest zatem, aby w świadomości osób posługujących się mediami elektronicznymi i multimediami ukształtować przekonanie o tym, że media powinny stanowić jedynie narzędzie wspierające, uzupełniające proces wychowania rodzinnego, akulturacji członków rodziny – nigdy narzędzie wyręczające. Istnieje zatem uzasadniona potrzeba edukacji medialnej nie tylko dzieci, ale również dorosłych.

<sup>48</sup> Por. J. Bednarski, *Zróźnicowanie rodzinnych środowisk kulturowych*, Poznań 1987; J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja...*, dz. cyt.

### 5.3. Obrazy świata i ich komponenty kreowane przez badane generacje w oparciu o media elektroniczne

Powszechność, popularność mediów (również w środowisku wiejskim) i atrakcyjność emitowanych przez nie przekazów powoduje, że dla większości ludzi stanowią one obok rozrywki główne źródło informacji, wiedzy o świecie. „Potrzeba orientacji” świadczy o tym, że publiczność medialna, co podkreśla teoria użytkowania i korzyści, ma określony zbiór potrzeb, których spełnienia poszukuje w mediach.

Potrzeba zdobywania aktualnych informacji związanych z bieżącymi wydarzeniami w kraju, Europie oraz na świecie jest obok chęci rozrywki jednym z głównych motywów uczestnictwa badanych generacji w kulturze audiowizualnej. Główne źródło zdobywanych przez badane generacje nowych informacji o istotnych wydarzeniach w Polsce, Europie i na świecie stanowi telewizja (tabela 17).

Tabela 17. Główne źródło zdobywania informacji o wydarzeniach w kraju, Europie i na świecie w opinii badanych generacji (w%)

Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
<b>POLSKA</b>					
TV	54,0	TV	63,4	TV	62,5
TV, Radio	14,0	TV, Radio	27,7	TV, Radio	29,5
TV, Internet	4,0	Radio	3,0	TV, Komputer	1,1
TV, Radio, Internet	2,0	TV, Radio, Internet	2,0	Radio	1,1
Internet	2,0	TV, Internet	2,0	TV, Internet	1,1
Nie wiem	5,0	TV, Komputer, Radio	1,0		
		Nie wiem	1,0		
<b>EUROPA</b>					
TV	54,0	TV	67,3	TV	62,5
TV, Radio	12,0	TV, Radio	22,8	TV, Radio	29,5
TV, Internet	5,0	TV, Radio, Internet	3,0	Internet, TV, Komputer	1,1
TV, Radio, Internet	3,0	Radio	2,0		
Internet	2,0	TV, Internet	2,0		
Nie wiem	5,0	Komputer	1,0		
		Nie wiem	1,0		

*Ciąg dalszy tabeli na następnej stronie*

Ciąg dalszy tabeli 17. z poprzedniej strony

Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
ŚWIAT					
TV	54,0	TV	66,3	TV	56,8
TV, Radio	13,0	TV, Radio	19,8	TV, Radio	30,7
TV, Internet	5,0	TV, Radio, Internet	4,0	TV, Komputer	1,1
TV, Radio, Internet	3,0	TV, Internet	4,0	Radio	1,1
Internet	2,0	Radio	2,0	TV, Internet	1,1
Nie wiem	5,0	Internet	2,0		
		Nie wiem	1,0		

Źródło: badania własne; dane nie sumują się do 100%, ponieważ nie uwzględniają braku odpowiedzi.

Większość badanych w celu uzyskania informacji o aktualnych wydarzeniach korzysta **wyłącznie z telewizji**. Informacje o kraju zdobywa w ten sposób ponad połowa badanych dzieci i młodzieży (54%), ich rodziców (63,4%) i dziadków (62,5%), wiadomości o Europie – 54% młodych, 67,3% rodziców i 62,5% dziadków, informacje ze świata – 54% pokolenia młodego, 66,3% średniego, 56,8% starszego. Sadzę, że tak duży odsetek badanych korzystających wyłącznie z telewizji jest wynikiem opisanych czynników, ale również różnorodności istniejących informacyjnych programów telewizyjnych, jak serwisy informacyjne, publicystyczne, dokumentalne, opiniotwórcze.

Niektórzy badani zaspokajają „potrzebę orientacji”, korzystając **zarówno z telewizji, jak i radia**. Przekazy audialne traktują jednak jako uzupełnienie informacji audiowizualnych. Za pośrednictwem wymienionych mediów bieżące informacje z kraju zdobywa 14% młodych, 27,7% ich rodziców oraz 29,5% dziadków. Zbliżony odsetek badanych korzysta z radia i telewizji w celu uzyskania informacji o aktualnych wydarzeniach w Europie (dzieci i młodzież – 12%, rodzice – 22,8%, dziadkowie – 29,5%) i na świecie (dzieci i młodzież – 13%, rodzice – 19,8%, dziadkowie – 30,7%). Nieco wyższy procent rodziców i dziadków korzystających zarówno z telewizji, jak i radia jest konsekwencją tego, że te generacje preferują raczej „tradycyjne” media elektroniczne. Zajmują one ustaloną od lat przestrzeń w życiu rodziców i dziadków. Z tego też względu w tych generacjach telewizja i radio charakteryzują się wysoką częstotliwością korzystania, dużą ilością czasu wolnego poświęcanego na odbiór przekazów radiowo-telewizyjnych oraz wyraźną popularnością.

Sporadycznie zdarza się, że badani poszukując najnowszych informacji, korzystają z różnych mediów. Pojedyncze jedynie osoby łączą wiadomości z różnych źródeł, tj. telewizji, radia i Internetu. Wynika to z ciągle jeszcze ograniczonego dostępu

do komputera i Internetu na wsi<sup>49</sup> oraz niskiego poziomu kompetencji medialnych pokolenia średniego i starszego, związanych głównie z brakiem umiejętności posługiwania się takim narzędziami, jak komputer oraz Internet.

W literaturze przedmiotu zarysowują się dwa ujęcia roli mediów: jedno uzasadnia, że media elektroniczne oraz multimedia odzwierciedlają świat istniejący, drugie (reprezentowane przez postmodernistów) podkreśla, że media tworzą rzeczywistość – prezentują one świat osiągnięć, sukcesów postępu, szans edukacyjnych, ale także chaosu, zagrożeń, wojen, przemocy<sup>50</sup>. Istnieje wiele teorii, modeli analizujących różne grupy czynników biorących udział w procesie komunikowania i determinujących jego przebieg oraz skutki. Z pedagogicznego punktu widzenia uwzględniając i wykorzystując możliwości technologii multimedialnych, należy stworzyć środowisko uczenia się wspierające człowieka w zdobywaniu nowych doświadczeń, w budowaniu własnej wiedzy, własnych schematów poznawczych<sup>51</sup>.

Człowiek gromadząc informacje i przekształcając materiał poznawczy, włącza go drogą asymilacji lub akomodacji do określonych struktur poznawczych, działaniowych. To prawda, że obecnie większość materiału poznawczego gromadzonego zarówno przez dzieci i młodzież, jak również ich rodziców i dziadków pochodzi z przestrzeni medialnej. Podejmowane w tej pracy analizy dowiodły, że badane generacje mogą uczyć się z mediów, odbierając określone przekazy medialne, czerpać z nich korzyści, uzyskiwać tą drogą nowe informacje, wzbogacać zasób swoich doświadczeń, przeżyć. W wyniku systematycznego, codziennego i wielogodzinnego kontaktu z różnymi przekazami medialnymi i multimedialnymi, badane dzieci i młodzież, ich rodzice oraz dziadkowie przez pryzmat zdobywanych informacji (starsze generacje również swoich doświadczeń życiowych) postrzegają otaczającą rzeczywistość. Dzięki odbieranym treściom (głównie przekazom telewizyjnym) budują oni również **obraz świata** współczesnego i przyszłego. Jak uważa Jadwiga Izdebska, „telewizyjny obraz świata tworzy suma spostrzeżeń, wyobrażeń i informacji, jakie użytkownicy uzyskują z mediów (...) dotyczą one różnych aspektów rzeczywistości i stanowią podstawę kreowania określonego obrazu świata współczesnego oraz wizji przyszłości”<sup>52</sup>. Informacje o świecie są zorganizowane w postaci schematów i skryptów, które dotyczą różnych obiektów społecznych, zdarzeń oraz własnej

<sup>49</sup> W badanym środowisku wiejskim w komputer było wyposażonych 64,4% gospodarstw domowych, natomiast połączenie z siecią Internetu miało 21,8%.

<sup>50</sup> J. Izdebska, *Rola mass mediów w kształtowaniu przez dziecko obrazu świata*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 2000.

<sup>51</sup> S. Juszczak, *Konstruktywistyczne i kognitywistyczne koncepcje nauczania wspomaganego komputerem oraz uczenia się z wykorzystaniem Internetu*, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1.

<sup>52</sup> Por. J. Izdebska, *Rola mass mediów w kształtowaniu przez dziecko obrazu świata*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 2000; J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych. Teoria, badania, edukacja medialne*, Białystok 2007.

osoby<sup>53</sup>. Schemat poznawczy określany jako pamięciowa organizacja uprzednich doświadczeń, zdarzeń, osób, obiektów, stanowi podstawowy element wiedzy o świecie. Skrypt natomiast jest umysłową reprezentacją zdarzeń, działań, zawierającą typowe elementy i okoliczności charakterystyczne dla danego zdarzenia. Skrypt jest uogólnionym schematem danego zdarzenia<sup>54</sup>. Podkreślić również należy rolę osób dorosłych w środowisku rodzinnym (rodzice, dziadkowie), szkolnym (nauczyciele, wychowawcy), rówieśniczym, którzy tworząc sprzyjające warunki, sytuacje, stymulują rozwój psychiczny, społeczny, językowy dziecka. Jak wspomniałem, obecnie obraz otaczającego świata budowany jest głównie na podstawie przekazów medialnych i multimedialnych. Tym większa jest zatem odpowiedzialność rodziców, nauczycieli, wychowawców w kontrolowaniu informacji, przeżyć, jakich dziecko doświadcza, korzystając z mediów elektronicznych. Ważna jest zatem rola rodziców i dziadków w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich jako osób czuwających, kontrolujących medialne treści odbierane przez dzieci/wnuki oraz budowany przez nich obraz otaczającej rzeczywistości. Ułatwieniem w pełnieniu wspomnianej roli jest to, że pokolenie rodziców i dziadków nie jest tak podatne na oddziaływanie mediów w tym zakresie<sup>55</sup>. Ze względu na ukształtowane i utrwalone zasoby intelektualne, postawy oraz opinie, duży bagaż doświadczeń życiowych, a w konsekwencji mądrość życiową, mogą jedynie modyfikować swój punkt widzenia w odniesieniu do płaszczyzn interpretacyjnych świata i innych ludzi.

Media elektroniczne (telewizja, radio) i multimedia (komputer, Internet) oprócz pełnionych w badanych rodzinach wiejskich funkcji (rozrywkowej, poznawczo-informacyjnej, odpoczynku, integrującej, kompensacyjnej) są również narzędziami w rękach odbiorców, na podstawie których tworzą oni schematy poznawcze umożliwiające im postrzeganie otaczającej rzeczywistości. W budowanym przez dzieci obrazie świata występują wyraźnie trzy komponenty: orientacja humanistyczna, społeczna i pragmatyczna<sup>56</sup>.

<sup>53</sup> A. Kwiatkowska, *Psychologiczne mechanizmy kształtowania się obrazu świata dziecka*, (w:) J. Izdebska (red.), *Media elektroniczne kreujące obraz rodziny i dziecka*, Białystok 2007; B. Wojciszke, *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Warszawa 2002.

<sup>54</sup> B. Wojciszke, *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, dz. cyt.

<sup>55</sup> P. Francuz, A. Szalkowska, *Strategie budowania umysłowej reprezentacji treści telewizyjnych programów informacyjnych*, (w:) D. Wadowski (red.), *Kultura-media-społeczeństwo*, Lublin 2007.

<sup>56</sup> J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych. Teoria, badania, edukacja medialne*, Białystok 2007.

Tabela 18. Komponenty obrazu świata budowanego przez pokolenie młode

TYPY ORIENTACJI		
Humanistyczna	Pragmatyczna	Spoleczna
Związana jest z obecnością w obrazie świata treści moralnych, wartości ogólnoludzkich (dobro, miłość, pokój, solidarność, demokracja, ład społeczny, tolerancja, poszanowanie odmienności wyznaniowej, narodowościowej)	Treść obrazu świata zdominowana jest przez problemy związane z działaniem, aktywnością (praca zawodowa, praca na rzecz domu, rodziny, nauka szkolna, kształcenie, pomoc człowiekowi itp.)	Wiąże się z obecnością w tworzonym obrazie świata problemów międzyludzkich dotyczących: człowieka, grupy społecznej (rodzina, grupa rówieśnicza, sąsiedzka, problemy środowiska, bezdomność, bieda, bezrobocie, konflikty między ludźmi, przemoc, agresja)

Źródło: J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych. Teoria, badania, edukacja medialna*. Białystok 2007.

Orientacja humanistyczna jest związana z obecnością w obrazie świata treści moralnych, wartości humanistycznych (dobro, miłość, pokój, solidarność, demokracja, ład społeczny, tolerancja, poszanowanie odmienności wyznaniowej, narodowościowej). Orientacja społeczna dotyczy obecności w tworzonym obrazie świata problemów międzyludzkich, związanych z człowiekiem, grupą społeczną, współdziałaniem. W orientacji pragmatycznej natomiast treść obrazu świata dotyczy działania, aktywności człowieka.

Wykorzystane podczas badań techniki projekcyjne skierowane do dzieci i młodzieży (test niedokończonych zdań oraz rysunek projekcyjny) pozwoliły na określenie obrazu Polski, Europy i świata, jaki kreuje młode pokolenie dzięki przekazom telewizyjnym. Wypowiedzi dzieci analizowane w kategoriach zachowań symbolicznych umożliwiły odczytanie treści umysłowej reprezentacji świata.

W wyniku codziennych, systematycznych kontaktów z mediami elektronicznymi i multimediami dzieci budują obraz współczesnego i przyszłego świata. Obraz ten zawiera zarówno treści pozytywne, jak również destruktywne. Tylko 30% badanych dzieci spostrzega **świat w kontekście sukcesów, możliwości rozwojowych**. W tworzonym przez nich obrazie Polski, Europy oraz współczesnego świata występują treści wskazujące na takie uniwersalne wartości jak dobro, pokój, sprawiedliwość, przyjaźń, zgoda, bezpieczeństwo. Dotyczą one również zagadnień społecznych: rodziny, grupy sąsiedzkiej, rówieśników, kolegów szkolnych oraz zagadnień ekologii środowiska, kultury. Swoich rówieśników dzieci opisywały w kontekście pozytywnym jako dzieci miłe i mądre, dobrze traktowane w szkole, dobrze się uczące.

Obraz Polski, Europy oraz świata w tej grupie badanych dzieci, budowany jest również na podstawie obserwowanych poprawnych relacji międzyludzkich, pozytywnej działalności innych ludzi związanych z pracą zawodową, nauką szkolną, zabawą, turystyką. Dzieci postrzegają otaczający świat w kategoriach nowych szans



edukacyjnych, dynamicznego rozwoju, udoskonaleń technicznych służących człowiekowi, wynalazków. Zwracają oni również uwagę na możliwości poznawania innych krajów, kultur, społeczeństw, nawiązywania nowych kontaktów, współpracy z innymi ludźmi (np. wymienianie się dobrami kultury za pośrednictwem Internetu). Dzieci w wypowiedziach podkreślały również piękno i niepowtarzalność otaczającej przyrody, nieograniczone możliwości podróżowania, zwiedzania świata, zdobywania nowych doświadczeń. Interesujące jest również to, że badani interpretują otaczającą rzeczywistość w kontekście mediatyzacji świata: dynamicznego rozwoju technologii multimedialnych (komputery, Internet, telefonia cyfrowa) sprzyjających poznawaniu świata. Świadczą o tym wybrane wypowiedzi dzieci:

*Wiem z telewizji, że w Polsce, ale i w Europie i na świecie najważniejsze jest bezpieczeństwo ludzi (dziewczyna, 11 lat);*

*Jestem bardzo szczęśliwy, że na świecie jest coś takiego jak komputer i Internet.*

*To są najlepsze rzeczy, wynalazki (chłopiec, 8 lat);*

*Świat dzisiejszy jest piękny i otwarty. Można dużo podróżować, ludzie są dobrzy, niektórzy z nich bogaci, są piękne krajobrazy, budowle, np. Statua Wolności, Wieża Eiffla (chłopiec, 11 lat);*

*Na świecie jest morze, plaże, ciepłe kraje (dziewczyna, 10 lat).*

Niektóre dzieci (najmłodsze), ze względu na wiek i określone zainteresowania medialne, przedstawiały na rysunkach świat ulubionych bajek, pozytywnych bohaterów, ciekawych przygód, zabaw, harmonii, pozytywnych wydarzeń społecznych. Nie interesuje ich świat polityki, problemów społecznych (biedy, bezrobocia), a raczej świat imaginacji, pozytywnych przeżyć, emocji sportowych (schemat 8).

Schemat 8. Rysunki wykonane przez dzieci z kl. 0 – III  
(*Pielgrzymka Papieża, Smerfy, Tabaluga, Mecz piłki nożnej Polska – Niemcy*)



Badane dzieci budowały własny obraz świata na podstawie takich programów, jak *Ziarno*, *Domisie* oraz bajki *Smerfy*, *Tabaluga*, *Kubuś Puchatek*. Twierdziły one, że sytuacje przedstawiane przez nich na rysunkach są dobre, pozytywne, są to wydarzenia, w których sami chcieliby uczestniczyć.

*Chciałbym tam być, ponieważ wszyscy są uśmiechnięci i weseli (chłopiec, 6 lat); Smerfy i Tabaluga to są interesujące bajki z ciekawymi przygodami i fajnymi piosenkami (dziewczyna, 6 lat);*

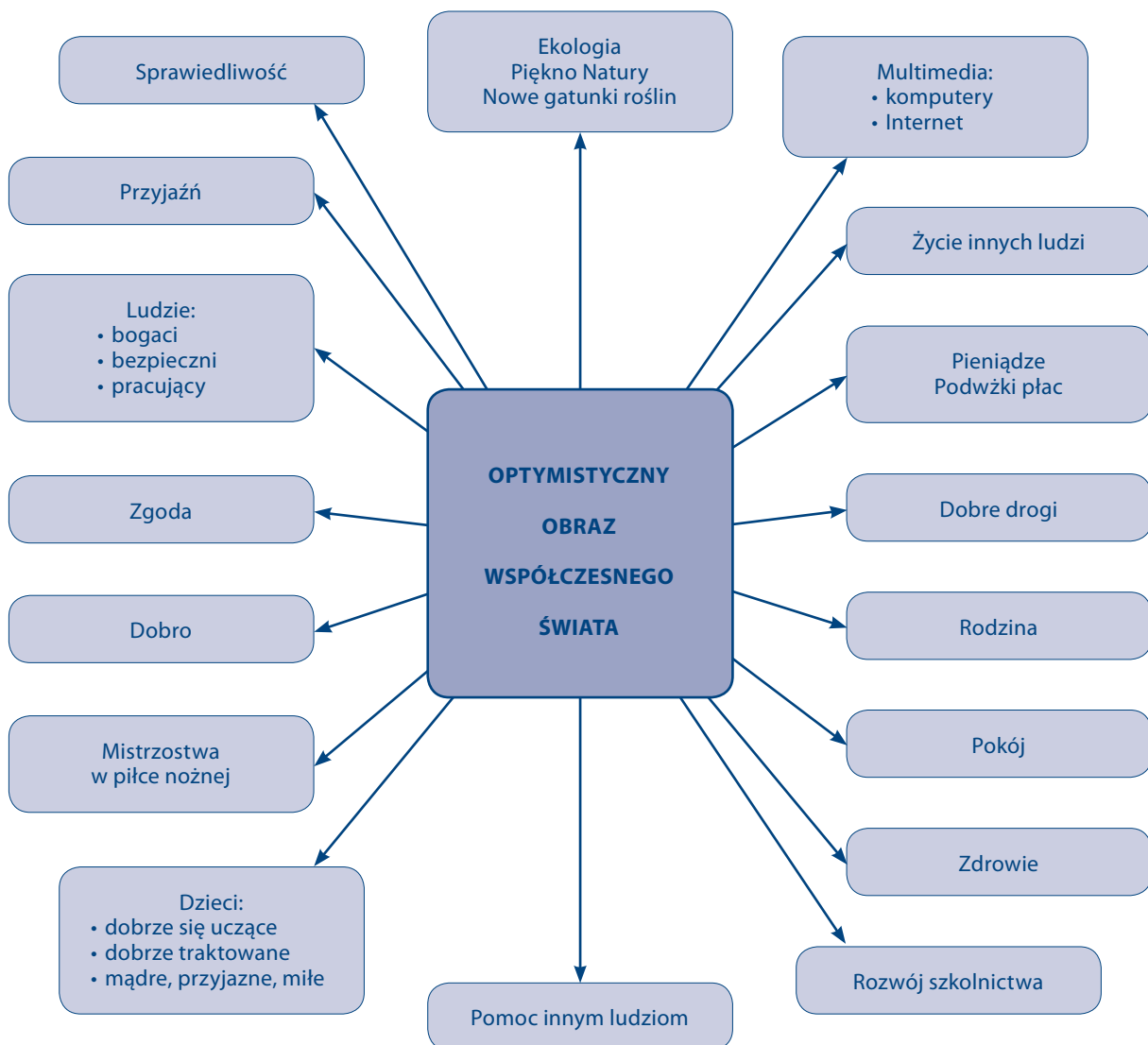
*Lubię takie programy, w których nikomu nie dzieje się krzywda (dziewczyna, 7 lat);*

*Lubię mecze, bo Polska wygrywa z Niemcami (chłopiec, 8 lat).*

Programy telewizyjne, na podstawie których dzieci budują własny obraz świata, dotyczą postępu, rozwoju, osiągnięć w różnych dziedzinach, sportu, pokoju, przygód, to przede wszystkim programy telewizyjne dla dzieci i młodzieży, ale również o charakterze popularnonaukowym, informacyjnym, historycznym, przyrodniczym. Obraz świata budowany przez dziecko na podstawie informacji uzyskiwanych z przekazów medialnych zawiera określone zabarwienie emocjonalne, wyrażane w kategoriach optymistycznych lub pesymistycznych<sup>57</sup>.

<sup>57</sup> Tamże.

Schemat 9. Elementy treści optymistycznego obrazu świata współczesnego budowanego przez dzieci



Źródło: badania własne

Optymistyczny obraz świata kreowany przez dzieci (30%) zawiera pozytywną ocenę obserwowanych w mediach innych ludzi, wydarzeń oraz zjawisk, relacji międzyludzkich opartych na wartościach humanistycznych takich, jak dobro, sprawiedliwość, piękno, pokój, szacunek do innych ludzi, bezpieczeństwo i życie ludzi jako wartość najważniejsza. Nieco więcej dzieci (39%) w kategoriach szczęścia ludzi, piękna natury, ekologii, dobrobytu oraz pokoju kreuje obraz przyszłości Polski, Europy oraz świata. W wypowiedziach tych dzieci można zauważyć wiarę w przyszłość świata jako miejsca, w którym ludziom będzie się żyło lepiej niż obecnie. Twierdzą one na podstawie słyszanych komentarzy w telewizji, ale również od członków rodziny, że każdy człowiek będzie miał pracę, za którą otrzyma należyte wynagrodzenie, nie będzie wojen, terroryzmu, kataklizmów przyrodniczych, nieuleczalnych chorób, narkotyków, alkoholu, będzie dominował pokój, sprawiedliwość, zgoda

między ludźmi zaś postęp techniczny będzie służył ludziom. Największym pragnieniem dzieci jest to, by na świecie panował pokój, nie było wojen, a ludzie nie doświadczały głodu i śmierci. Świadczą o tym wybrane wypowiedzi badanych dzieci:

*W przyszłości, za jakieś 10 lat w Polsce będzie więcej lekarzy i nie będzie już tak wiele ciężkich chorób (dziewczyna, 8 lat);*

*W Polsce będzie bardziej rozwinięta technika, która będzie ludziom pomagać w ich życiu i pracy, a każdy Polak będzie miał pracę i dużo pieniędzy (chłopiec, 10 lat);*

*W przyszłości na pewno w Polsce będą lepsze drogi i będziemy płacić w euro (chłopiec, 12 lat);*

*Chciałabym, żeby w przyszłości była sprawiedliwość, a wszyscy ludzie żyli w pokoju i zgodzie (dziewczyna, 11 lat);*

*W przyszłości w Europie będą cudne rzeczy, wszyscy będą latać samolotami, bo będzie więcej krajów i łatwiej o pracę (chłopiec, 10 lat);*

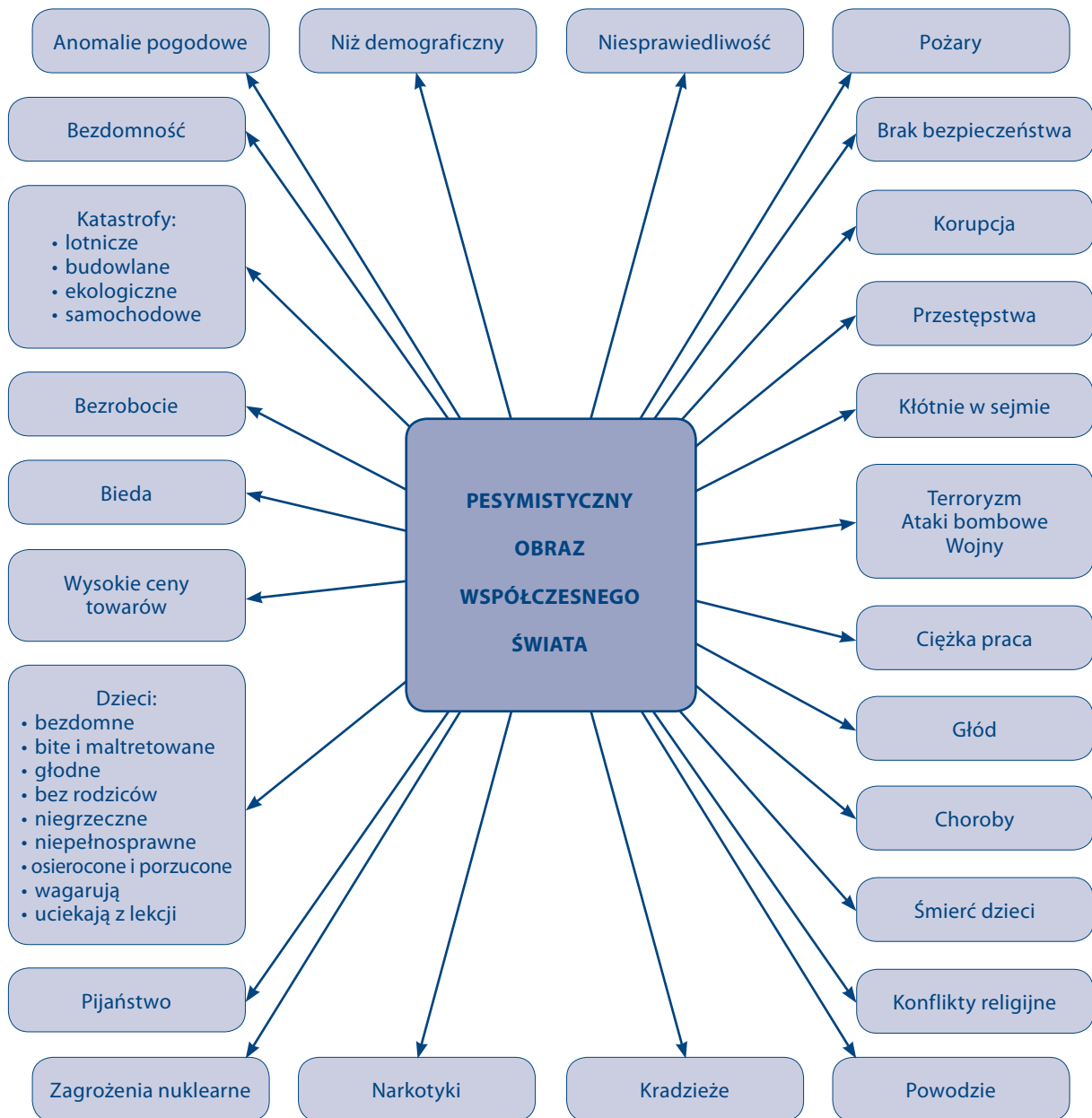
*Za 10 lat w Europie będzie czysto, pięknie, bezpiecznie i będzie dużo sklepów z brylantami (dziewczyna, 11 lat);*

*Na świecie będą takie rzeczy, których sobie nawet nie wyobrażamy, będą one jeszcze bardziej skomplikowane i ulepszone (chłopiec, 11 lat);*

*Mam nadzieję, że w przyszłości nie będzie na świecie chemikaliów i wojny, że będzie dużo pieniędzy, żeby rolnicy nie musieli już tak harować (chłopiec, 12 lat).*

Zdecydowana większość badanych dzieci i młodzieży dzięki przekazom medialnym tworzy obraz współczesnego (70%) i przyszłego (61%) świata **w kontekście zagrożeń, zła i patologii**. Wyobrażenia młodych na temat Polski, Europy i świata kreują przede wszystkim przekazy dotyczące tragedii ludzkich, katastrof komunikacyjnych, powodzi. W wypowiedziach badanych dominowały wątki przemocy, terroryzmu, agresji, konfliktów religijnych, kataklizmów przyrodniczych, braku bezpieczeństwa. Często wspominali oni o ludziach ciężko pracujących, biednych, nadużywających alkoholu. Dzieci uważają, że ludzie w Polsce, ale także w Europie i na świecie cierpią głód, bezrobocie, są bezdomni, boją się ataków terrorystycznych, chorują na groźne choroby, są źli (terroryści). Podkreślały one jednakże, że nie dotyczy to wszystkich: *Jedni ludzie żyją w biedzie, a niektórzy są bogaci; Niektórzy są bardziej otwarci na problemy innych, a niektórzy nie*. Dzieci i młodzież z przekazów medialnych dowiadują się również o tym, że w kraju, Europie i na świecie jest wiele osób bezrobotnych, bezdomnych, niedożywionych. Uważają, że tak jest, ponieważ *nie ma nic za darmo, nie ma dobrze płatnej pracy*.

Schemat 10. Elementy treści pesymistycznego obrazu świata współczesnego budowanego przez dzieci



Źródło: badania własne

Interesujące jest to, że pesymistyczne zabarwienie emocjonalne miały również wypowiedzi dzieci i młodzieży oraz towarzyszące im emocje dotyczące sytuacji ich rówieśników w Polsce, Europie i na świecie. Obraz typowego dziecka kreowany na podstawie odbieranych przekazów medialnych przez młode pokolenie przedstawia dziecko biedne, zaniedbane, głodne, pozbawione opieki, bite przez rodziców, często niepełnosprawne, osierocone. Świadczą o tym ich wypowiedzi:

*W „Wiadomościach” widziałem, że dzieci często nie mają chleba, są głodne, niedożywione, szczególnie w Afryce (chłopiec, 12 lat);*



*Niektóre dzieci w Polsce nie mają rodziców, są nieszczęśliwe (dziewczyna, 12 lat);  
Z telewizji wiem, że na świecie (w Azji) wiele dzieci umiera (chłopiec, 10 lat);  
Niektóre dzieci biorą narkotyki, są uzależnione od alkoholu i papierosów (chłopiec, 13 lat);  
Dzieci głodują i są zabijane (chłopiec, 12 lat).*

Opisany obraz świata współczesnego o zabarwieniu emocjonalnym pesymistycznym, którego elementami treści są wojna, przemoc, bieda, głód, bezdomność, różne patologie, dzieci i młodzież kształtują na podstawie codziennie oglądanych serwisów informacyjnych takich, jak: *Wiadomości, Panorama, Teleexpress, Wydarzenia*, programów popularnonaukowych, ale również filmów sensacyjnych, kryminalnych, horrorów. Z tego też względu rysunki wykonywane przez niektóre najmłodsze dzieci często przedstawiały pożary, powódzie, ofiary wypadków samochodowych, pościgi policji za przestępcami – obrazy, które w przekazach medialnych widzą najczęściej. Dzieci oceniały ilustrowane w rysunkach sytuacje jako złe, nie chciałyby w nich uczestniczyć ponieważ przedstawiały rannych, płaczących ludzi.

Schemat 11. Rysunki wykonane przez dzieci z kl. 0 – III  
(*Powódź, Pogrzeb, Wypadek samochodowy, Pożar domu*)



Budowany przez młodych, na podstawie obrazu kreowanego przez media, wizerunek Polski, Europy oraz świata jest dla nich **źródłem wielu obaw i trosk**. Odbierane



przez dzieci treści medialne są dla nich często źródłem lęku przed terrorystami, wojną, boją się, że w Polsce wybuchnie bomba, są zaniepokojone o bezpieczeństwo swoje i rodziny. Badani boją się zamachów terrorystycznych, zamachu na Papieża, kataklizmów przyrodniczych (powodzi, trzęsien ziemi), epidemii ptasiej grypy, zanieczyszczeń ekologicznych, martwią się o przyszłość Unii Europejskiej (starsze dzieci). Świadczą o tym ich wypowiedzi:

*W Polsce jest za dużo biedy i w każdej chwili może zabraknąć wody i chleba (chłopiec, 13 lat);*

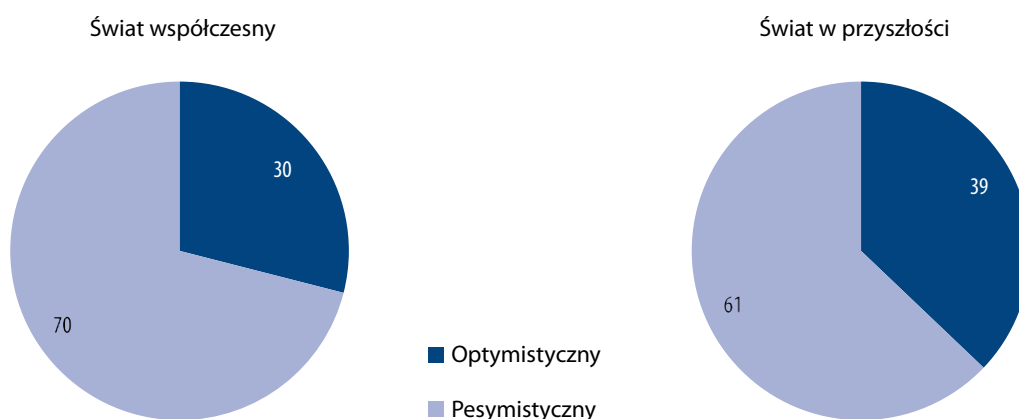
*Boję się tego, że są wojny na świecie i mogą też być w Polsce (chłopiec, 12 lat);*

*Boję się, że w przyszłości powstaną spory między zarządzającymi i może nastąpić koniec UE (chłopiec, 14 lat);*

*Myślę, że w przyszłości wybuchnie III wojna światowa (dziewczyna, 11 lat).*

Wizja przyszłości świata w odczuciach wielu dzieci budzi niepokój. Znaczna ich liczba postrzega współczesny świat jako świat przemocy, agresji, toczących się wojen, krzywdy ludzkiej, terroryzmu, biedy, niesprawiedliwości, zła, nietolerancji. Dla wielu z nich świat współczesny to przede wszystkim biedni ludzie, zaniedbane, nieszczęśliwe dzieci. Z czego wynika tak mroczny obraz rzeczywistości kreowany przez pokolenie młode? Czy rzeczywiście w otaczającym nas świecie nie ma pierwiastków dobra, szczęścia, harmonii? A może młoda widownia jest bardziej wnikliwym obserwatorem i widzi więcej niż dorośli?

Wykres 11. Zabarwienie emocjonalne tworzonego obrazu świata współczesnego i przyszłego (w %)



Źródło: badania własne

Sądzę, że podobnie jak dorośli, dzieci są ofiarami podsycanej przez media atmosfery sensacji, katastroficznych (mało prawdopodobnych) wizji przyszłości. Różnica między dorosłym odbiorcą przekazów medialnych a dzieckiem, polega na tym, że dziecko w obliczu takich komunikatów jest „bezbronne”, odbiera komunikat jako

pewnik, nie zaś jako hipotezę, przypuszczenie. Młody odbiorca nie jest świadomy tego, że media pokazują raczej negatywne strony życia, sensację, sceny szokujące, „uatrakcyjniają” przekaz po to, by chociaż na chwilę przykuć uwagę widza (co ma swoje konsekwencje w zwiększeniu oglądalności, sukcesie komercyjnym danej stacji). Z tego też względu odbierane przez dzieci treści medialne często są dla nich źródłem lęku i obaw.

W tym miejscu skoncentruję się na własnościach obrazu otaczającej rzeczywistości postrzeganej przez badane generacje rodziców i dziadków dzięki odbieranym przekazom medialnym. Sądzę, że użycie pojęcia „postrzeganie” w kontekście ludzi dorosłych wydaje się właściwe. Ukształtowane i utrwalone zasoby intelektualne ludzi dorosłych, ich postawy oraz opinie dotyczące ważnych problemów społecznych, powodują, że mają oni określony obraz otaczającej rzeczywistości<sup>58</sup>. Nie bez znaczenia pozostaje duży bagaż doświadczeń życiowych, biografia, mądrość życiowa, które również kształtują punkt widzenia dorosłych, ich sposoby interpretowania świata i innych ludzi<sup>59</sup>. Stałe schematy poznawcze określone pamięciową organizacją wcześniejszych doświadczeń, zdarzeń, osób, obiektów powodują, że wpływ odbieranych przez dorosłych komunikatów medialnych rozpatrywać należy jedynie w kontekście parametrów modyfikujących postrzeganie przez nich rzeczywistości.

Podobnie jak w pokoleniu młodych, w obrazie świata postrzeganym przez pokolenie rodziców i dziadków również wyróżnić można trzy orientacje: humanistyczną, społeczną i pragmatyczną. Ich zawartość jest jednak wypełniona nieco inną treścią, co jest konsekwencją motywów uczestnictwa w kulturze rodziców i dziadków, ich zainteresowań medialnych, tematyki odbieranych przekazów medialnych oraz deklarowanych potrzeb.

W wyniku codziennych, systematycznych kontaktów z mediami elektronicznymi dorośli uzyskują informacje, dzięki którym postrzegają otaczającą ich rzeczywistość. W odróżnieniu od pokolenia młodego, upodobania telewizyjne większości dorosłych koncentrują się na programach o tematyce informacyjnej. W celu zaspokojenia potrzeby orientacji dotyczącej aktualnych wydarzeń politycznych i społecznych w Polsce, Europie i na świecie, z programów telewizyj-

<sup>58</sup> A. Krzywka, *Informacja – wiedza – mądrość*, „Edukacja i Dialog” 2005, nr 5.

<sup>59</sup> A. Zbonikowski, *Rozwój osobowości człowieka dorosłego w świetle psychologii biegu życia*, „Edukacja Dorosłych” 2005, nr 2–3; K. Wasilewska, *Psychospołeczny rozwój człowieka dorosłego w świetle koncepcji Erika Eriksona*, „Edukacja Dorosłych” 2005, nr 2–3; E.E. Erikson, *Dopełniony cykl życia*, Poznań 2002; D. Jankowski, *Środowisko edukacyjne człowieka dorosłego jako problem pedagogiki społecznej i andragogiki*, „Rocznik Andragogiczny” 2006; M. Halicka, *Satysfakcja życiowa ludzi starych*, Białystok 2004; O. Czerniawska, *Drogi i bezdroża andragogiki i gerontologii*, Łódź 2000; J. Kostkiewicz (red.), *Aksjologia edukacji dorosłych*, Lublin 2004.

nych korzysta 62,4% rodziców oraz 56,8% dziadków<sup>60</sup>. Głównie dzięki serwisom informacyjnym takim, jak: *Wiadomości*, *Panorama*, *Wydarzenia*, *Teleexpress*, *Informacje* zdobywają oni najnowsze wiadomości o wydarzeniach lokalnych, w kraju, Europie i na świecie. Należy również zaznaczyć, że cennym źródłem informacji na temat życia społecznego są dla badanych rodziców i dziadków programy podnoszące problematykę społeczno-obyczajową takie, jak *Tydzień*, *Forum*, *Sprawa dla reportera*, *Interwencja*, *Uwaga*, *Ekspres reporterów*, ale również bardzo chętnie oglądane w badanych rodzinach seriale telewizyjne (*M jak Miłość*, *Plebania*, *Klan*, *Moda na sukces*, *Na dobre i na złe*, *Sąsiedzi*, *Lokatorzy*, *Pierwsza miłość*, *Samo życie*, *Pensjonat pod Różą*, *Na Wspólnej*).

Tabela 19. Komponenty obrazu świata postrzeganego przez rodziców i dziadków

ORIENTACJA HUMANISTYCZNA (wartości ogólnoludzkie, moralne)	ORIENTACJA PRAGMATYCZNA (aktywność człowieka)	ORIENTACJA SPOŁECZNA (problemy międzyludzkie)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wartość wykształcenia dzieci i wnuków</li> <li>• dobro</li> <li>• miłość</li> <li>• sprawiedliwość</li> <li>• demokracja</li> <li>• solidarność</li> <li>• poszanowanie odmienności religijnej</li> <li>• obyczajowość</li> <li>• kłamstwa</li> <li>• zło</li> <li>• brak szacunku dla innych ludzi</li> <li>• wartość życia człowieka (eutanzja, aborcja)</li> <li>• kradzieże</li> <li>• brak uczciwości</li> <li>• interesowność</li> <li>• poszanowanie odmienności kulturowej, narodowościowej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• praca zawodowa</li> <li>• praca w rolnictwie</li> <li>• praca na rzecz domu, rodziny</li> <li>• kształcenie dalsze</li> <li>• pomoc innym ludziom</li> <li>• ważne wydarzenia gospodarcze</li> <li>• reformy służby zdrowia, edukacji, administracyjne</li> <li>• rozwój środowiska wiejskiego</li> <li>• rozwój rolnictwa</li> <li>• samorządność</li> <li>• migracje zarobkowe</li> <li>• afery polityczne</li> <li>• integracja europejska</li> <li>• zagadnienia ekologii</li> <li>• europejski rynek pracy</li> <li>• szanse edukacyjne młodych</li> <li>• europejski rynek pracy</li> <li>• prawo europejskie</li> <li>• sytuacja ekonomiczna</li> <li>• zagrożenia ekologiczne</li> <li>• zagrożenia nuklearne</li> <li>• konflikty zbrojne</li> <li>• terroryzm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• problemy rodzinne</li> <li>• problemy wychowawcze</li> <li>• problemy sąsiedzkie</li> <li>• problemy prawne</li> <li>• problemy środowiska lokalnego</li> <li>• bezdomność</li> <li>• bezrobocie</li> <li>• niepełnosprawność</li> <li>• bieda</li> <li>• bogactwo</li> <li>• konflikty między ludźmi</li> <li>• agresja, przemoc</li> <li>• konflikty polityczne</li> <li>• zabójstwa (również dzieci)</li> <li>• prześladowania religijne</li> <li>• zamieszki i konflikty społeczne</li> <li>• stosunki międzynarodowe</li> <li>• konflikty interesów między państwami UE</li> </ul>

Źródło: badania własne

Dorośli użytkownicy mediów postrzegają otaczający ich świat, odbierając treści medialne zarówno pozytywne, jak i destruktywne (tabela 19). Niektórzy rodzice i dziadkowie spostrzegają świat w kontekście sukcesów i możliwości rozwojowych. Ci badani prezentują optymistyczny obraz świata. Interpretują oni rzeczywistość w perspektywie esencjalnych wartości takich, jak dobro, miłość, sprawiedliwość, ale również poszanowanie odmienności religijnej, kulturowej, narodowościowej,

<sup>60</sup> Regularnie wiadomości w radiu słucha 34,7% rodziców i 29,5% dziadków (najczęściej jednak jako uzupełnienie treści oglądanych w telewizji).

szacunek dla pracy i życia każdego człowieka. Zwracali oni uwagę na możliwości poznawania innych krajów, kultur, społeczeństw. Obraz Polski, Europy oraz świata w tej grupie badanych jest postrzegany również na podstawie obserwowanych poprawnych relacji międzyludzkich, pozytywnej działalności innych ludzi związanej z pracą w rolnictwie, pracą na rzecz domu, rodziny, pomaganiem innym ludziom, samorządności. Rodzice i dziadkowie podobnie jak ich dzieci/wnuki postrzegają otaczający świat w kategoriach szans edukacyjnych pokolenia młodych, dynamicznego rozwoju, udoskonaleń technicznych, rozwoju mediów. Świadczą o tym wybrane wypowiedzi badanych:

*Chcielibyśmy chociaż raz w życiu zwiedzić Polskę. Tyle u nas pięknych miejsc. Nigdy i nigdzie nie byliśmy. Wychowaliśmy swoje pięcioro dzieci, a teraz wychowujemy troje wnuków (kobieta, 57 lat);*

*Gdybym tylko miała więcej czasu, to spotykałabym się więcej ze znajomymi, więcej przebywałabym z dziećmi, bo to jest cenne: z dziećmi, ponieważ zawsze mamy sobie coś do powiedzenia, do omówienia; ze znajomymi, żeby wymieniać się swoimi spostrzeżeniami, wiedzą, doradzać się. To jest ważne (kobieta, 42 lata);*

*Ważne jest, żeby pomagać innym, chorym osobom, robić dobre uczynki. Trzeba żyć według przykazania miłości bliźniego (kobieta, 44 lata);*

*Widziałam w telewizji różne piękne kraje, jak żyją spokojnie inni ludzie. Chciałabym w przyszłości pojechać na wycieczkę w jakieś ciekawe miejsce, ponieważ nigdy nie jeździłam i nie zwiedzałam (kobieta, 43 lata);*

*Sądzę, że Internet w dzisiejszych czasach jest bardzo niezbędny. Jeszcze dwa lata temu byłam przeciwniczką Internetu i komputerów. W dniu dzisiejszym moje poprzednie poglądy wydają mi się śmieszne. Internet to po prostu „okno na świat”. Nie wiem, czy moje dzieci mogłyby się bez niego obejść. Nie wspominając o mnie (kobieta, 39 lat).*

Badani dorośli (rodzice i dziadkowie) podobnie jak ich dzieci, wnuki odbierają za pośrednictwem mediów przekazy zdominowane treściami dotyczącymi ludzkich tragedii, kataklizmów przyrodniczych, afer politycznych, oszustw na niespotykaną skalę, katastrof komunikacyjnych. Oni również postrzegają świat przez pryzmat terroryzmu, toczących się wojen, agresji, prześladowań religijnych, patologii społecznych (bezrobocie, głód, bieda, bezdomność). Nie interpretują jednak odbieranych treści w kategoriach potencjalnych zagrożeń dla nich samych lub ich najbliższej rodziny. W przeciwieństwie do dzieci uzyskiwane z mediów informacje nie są dla nich źródłem obaw i trosk. Zarówno rodzice, jak i dziadkowie, nadają odbieranym komunikatom wymiar rzeczywisty, pragmatyczny twierdząc, że *taki jest współczesny świat, przyszło im żyć w takich czasach, a nie innych*. Te stwierdzenia, pozbawione wyraźnego zabarwienia emocjonalnego, a tchnące raczej apatią, mogą

mieć dwojaką przyczynę. Po pierwsze, mogą one wynikać ze świadomości badanych co do mechanizmów funkcjonowania współczesnych mediów, sposobów podnoszenia atrakcyjności przekazywanych komunikatów. Po drugie, mogą być efektem desensytyzacji, swoistego emocjonalnego znieczulenia<sup>61</sup> w wyniku ciągle odbieranych tych samych treści medialnych – wypadki, strajki, zabójstwa, zamachy bombowe, konflikty zbrojne, śmierć, głód, kataklizmy i dla „równowagi” optymistyczna (choć nie zawsze) prognoza pogody.

Media elektroniczne i multimedia, czego dowiodły liczne badania naukowe<sup>62</sup> (również przeprowadzone analizy tej pracy) dysponują ogromnym potencjałem w perspektywie szans edukacyjnych i rozwojowych, ale niekiedy mogą stanowić zagrożenie dla prawidłowego rozwoju osobowości, sfery emocjonalnej osoby korzystającej. W świetle podstawowej tezy teorii „użytkowania i korzyści”, to człowiek, jako jednostka kreatywna, w sposób świadomy korzysta z przekazów medialnych w celu osiągnięcia konkretnej korzyści, zaspokojenia określonych potrzeb. Media są jedynie narzędziem w rękach świadomego odbiorcy.

Pesymistyczny obraz Polski, Europy i świata budowany przez większość badanych dzieci, traktować należy zatem jako zjawisko niepokojące z wychowawczego i edukacyjnego punktu widzenia. Jak twierdzi Jadwiga Izdebska, „takie postrzeganie świata wskazuje na niekorzystne dla rozwoju dziecka przyswajanie z mediów negatywnych nastawień, pesymistycznych opinii, ocen dotyczących różnych zjawisk, wydarzeń, ludzi, co prowadzić może do pasywnej, biernej, załęcznionej, wrogiej postawy wobec świata”<sup>63</sup>. Ukształtowanie „świadomości medialnej” przez najmłodszych wymaga kontroli, wspólnego z rodzicami, dziadkami odbioru treści medialnych, wyjaśniania niezrozumiałych zagadnień, dostosowywania tematyki programów do poziomu rozwojowego dziecka. Sytuacja taka wymaga zatem edukacji medialnej nie tylko najmłodszych widzów, ale również ich rodziców i dziadków.

<sup>61</sup> Patrz: R. L. Huesmann, *Przemoc na ekranie a przemoc w życiu*, „Nowiny Psychologiczne” 2002, nr 4; I. Ulfik-Jaworska, *Komputerowi mordercy*, Lublin 2005.

<sup>62</sup> Prace m.in. Leona Leji, Edwarda Fleminga, Janusza Gajdy, Jadwigi Komorowskiej, Janiny Koblewskiej, Jadwigi Izdebskiej, Marii Braun-Gałkowskiej.

<sup>63</sup> J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych. Teoria, badania, edukacja medialne*, dz. cyt., s. 206.

## Rozdział 6

# Podobieństwa i różnice w obrazie uczestnictwa poszczególnych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej

Eksploracyjnym celem badawczym tej pracy jest wykrycie i określenie tego, co łączy, oraz tego, co różni poszczególne badane generacje wielopokoleniowych rodzin wiejskich, jeżeli chodzi o ich uczestnictwo w kulturze audiowizualnej związane z zakresem, częstotliwością, funkcjami, jakie pełnią media elektroniczne w życiu poszczególnych generacji, a także z postrzeganiem przez nich mediów jako źródła informacji o dokonujących się przemianach i wydarzeniach w kraju, Europie i na świecie. Zagadnienia te stanowią treść tego rozdziału.

### 6.1. Charakter relacji wewnątrzrodzinnych w obecności mediów elektronicznych

W badanych środowiskach rodzinnych występują cechy kultury prefiguratywnej. Pokolenia starsze i średnie mające wzory pojmowania kultury i rozumowania rzeczywistości stworzone dzięki innym elementom niż pokolenie młodych, żyje w czasach „dewaluacji starego świata” i „narodzin nowego”. Zauważyć również można, że w badanych rodzinach dochodzi do swoistej eksplozji indywidualizmu poszczególnych jej członków. Stanowi to charakterystyczną cechę rodziny w perspektywie ponowoczesności.

Media elektroniczne stanowią obecnie stały element życia rodzinnego przez sam fakt ich istnienia w rodzinie i permanentnego, niemalże codziennego korzystania z nich przez członków rodziny<sup>1</sup>. Media i multimedia ze względu na atrakcyjną formę przekazu komunikacyjnego tworzą konkurencyjne dla tradycyjnego, nowe środowisko edukacyjno-wychowawcze<sup>2</sup>. Wspomniana nowa jakość układu edukacyjno-wychowawczego w rodzinie skutkuje również modyfikacją relacji

<sup>1</sup> J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja. Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, Białystok 1996.

<sup>2</sup> M. Furmanek, *Media i multimedia jako środowisko edukacyjno-wychowawcze dziecka*, (w:) J. Izdebska, T. Sosnowski (red.), *Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa*, t. 2, *Komputer i Internet w życiu dziecka i obraz jego dzieciństwa*, Białystok 2005, s. 18.



wewnątrzrodzinnych. Koligacje zachodzące między ludźmi mogą mieć charakter jednokierunkowy lub dwukierunkowy, przybierając postać interakcji, które są istotą życia społecznego i „oznaczają proces, w którym zachodzi wzajemne oddziaływanie na siebie dwóch lub więcej osób za pośrednictwem zachowań będących zespołami bodźców dla pozostałych uczestników tego procesu”<sup>3</sup>.

W obliczu procesów ponowoczesności, relatywizacji norm moralnych, ich ocen<sup>4</sup>, ale również obecności mediów elektronicznych (telewizja, radio) i multimediów (komputer, Internet) w badanych rodzinach, ich specyfiki, codziennego, systematycznego korzystania, następuje osłabienie tradycyjnych więzi rodzinnych (więzi naturalnych). Ma to wpływ na charakter relacji zachodzących między poszczególnymi generacjami (młoda, średnią i starszą) w wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej, w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej. Jak twierdzi Maria Braun-Gałkowska: „niezależnie od oddziaływania odbieranych treści na poszczególne osoby, można (...) mówić o wpływie mediów na całą grupę rodzinną i zmianie cech charakteryzujących rodzinę jako całość”<sup>5</sup>.

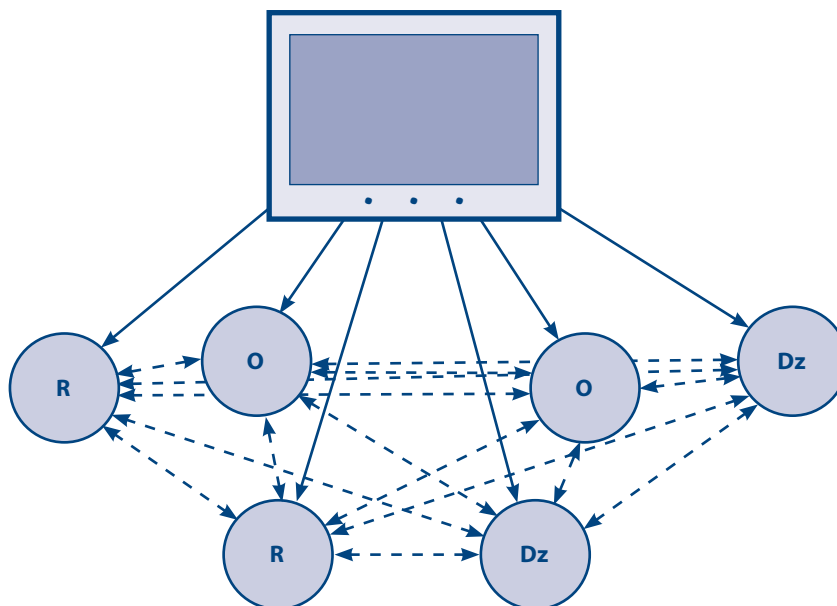
Parametry techniczne każdego z mediów, specyfika zastosowanej technologii umożliwiającej przesyłanie komunikatów, wymusza na trzech generacjach badanych rodzin wiejskich podjęcie określonej aktywności związanej z ich odbiorem. Przeprowadzone analizy wskazują, że medium, które najczęściej (a w zasadzie jako jedyne) skupia przed ekranem odbiornika wszystkich domowników, jest telewizja. W konsekwencji to medium w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich pełni najszerzy zakres funkcji: jest głównym źródłem uzyskiwania informacji o otaczającej rzeczywistości, umożliwia zaspokojenie potrzeby rozrywki, stanowi najczęściej wykorzystywane medium w celu odreagowania zmęczenia, regeneracji sił zużytych podczas nauki w szkole lub pracy w gospodarstwie rolnym, kompensuje wiele braków środowiska lokalnego i rodzinnego w zaspokojeniu różnorodnych potrzeb kulturalnych członków badanych rodzin, a przede wszystkim jako jedyne medium realizuje funkcję integrującą wszystkie generacje. Atrakcyjność przekazów telewizyjnych, ich szeroka oferta tematyczna powoduje, że badane pokolenia codziennie, systematycznie spotykają się na swoistej „celebracji audiowizualności” (schemat 12).

<sup>3</sup> S. Kawula, *Człowiek w relacjach socjopedagogicznych*, Toruń 1999, s. 27; por. również: A. Przećławska (red.), *Relacje między ludźmi jako przedmiot badań pedagogicznych*, Warszawa 1993, s. 23.

<sup>4</sup> K. Slany, *Alternatywne formy życia małżeńsko-rodzinnego w ponowoczesnym świecie*, Kraków 2002; B. Urban, *Oslabienie więzi społecznej i zróżnicowanie kulturowe jako źródła patologii społecznej*, (w:) A. Sajdak (red.), *Edukacyjna wspólnota na rzecz społeczeństwa dla wszystkich*, Kraków 2005.

<sup>5</sup> M. Braun-Gałkowska, *Media a spójność rodziny*, (w:) D. Wadowski (red.), *Kultura – media – społeczeństwo*, Lublin 2007, s. 531.

Schemat 12. Relacje wewnątrzrodzinne podejmowane w trakcie odbioru przekazów telewizyjnych

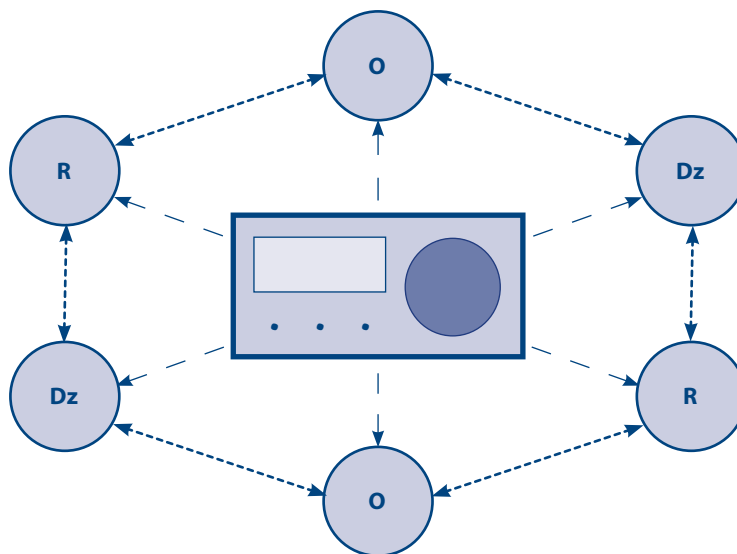


Źródło: opracowanie własne (O – dzieci i młodzież; R – rodzice; Dz – dziadkowie)

Odbiór programów **telewizyjnych**, na co wskazują wyniki badań, w znacznym stopniu angażuje uwagę użytkowników, zwłaszcza relacje sportowe, ulubione seriale, hity filmowe. Większość badanych (dzieci i młodzież – 79%, rodzice – 67,3%, dziadkowie – 79,5%) ogląda programy telewizyjne uważnie, w skupieniu. W trakcie recypowania przekazów telewizyjnych często razem reagują śmiechem (czasami płaczem, wzruszeniem), wyjaśniają nawzajem niezrozumiałe dla siebie kwestie, wątki fabuły, dyskutują na temat prezentowanych zachowań, postaw. Reakcje te są wspólne dla wszystkich badanych generacji. Rozpatrywać je zatem należy w obustronnych relacjach: dzieci – dzieci (rodzeństwo), dzieci – rodzice, dzieci – dziadkowie, rodzice – dziadkowie. Interesujące jest również to, że treści odbierane za pośrednictwem telewizji stanowią także przyczynek do rozmów poza gronem rodziny, w grupie rówieśniczej, sąsiedzkiej, ponownego przeżywania prezentowanych na ekranie telewizora treści w relacjach bezpośrednich.

Odmienny charakter mają relacje podejmowane przez badanych w trakcie **odbioru audycji radiowych** (schemat 13). Podstawową różnicą jest to, że komunikaty nadawane przez radio są odbierane raczej indywidualnie. Przekazy audialne emitowane są w przestrzeń życiową badanych, natomiast każdy z domowników przypadkowo odbiera te treści, które w danym czasie do niego docierają. Najczęściej badani słuchają muzyki oraz serwisów informacyjnych (seniorzy również modlitw w Radiu Maryja), rzadko natomiast wysłuchują określonych audycji. W dodatku treść odbieranych komunikatów sporadycznie jest dyskutowana w gronie rodzinnym, co zilustrowane zostało schematem 13.

Schemat 13. Charakter relacji wewnątrzrodzinnych podejmowanych w trakcie odbioru **audycji radiowych**



Źródło: opracowanie własne (O – dzieci i młodzież; R – rodzice; Dz – dziadkowie)

W początkowych rozdziałach ustaliłem, że radio w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich stanowi „tło” wypełniające codzienność dzieci i młodzieży, rodziców oraz dziadków. Medium to jest uruchomiane we wczesnych godzinach porannych, a wyłączane dopiero wieczorem (a czasami późno w nocy). Jak twierdzili niektórzy badani *radio gra na okrągło, cały czas, słuchamy co leci, co popadnie*. Wypowiedzi takie świadczą o tym, że „aktywność” radia jest związana z uprzyjemnianiem wykonywanych codziennie czynności. Medium to jest „towarzyszem” w prowadzeniu gospodarstwa domowego, w pracy w obejściu, w odrabianiu lekcji, przygotowywaniu i spożywaniu posiłków, rozmów z innymi domownikami, czytaniu prasy, książek, sprzątanii (tabela 20).

Tabela 20. Wybrane czynności najczęściej wykonywane przez badanych w trakcie słuchania audycji radiowych (w%)

Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
Sprzątam	36,0	Wykonuję prace domowe	50,5	Słucham uważnie	28,4
Odrabiam lekcje	27,0	Sprzątam	36,6	Wykonuję prace domowe	23,9
Przeglądam czasopisma	26,0	Przeglądam czasopisma	18,8	Sprzątam	17,0

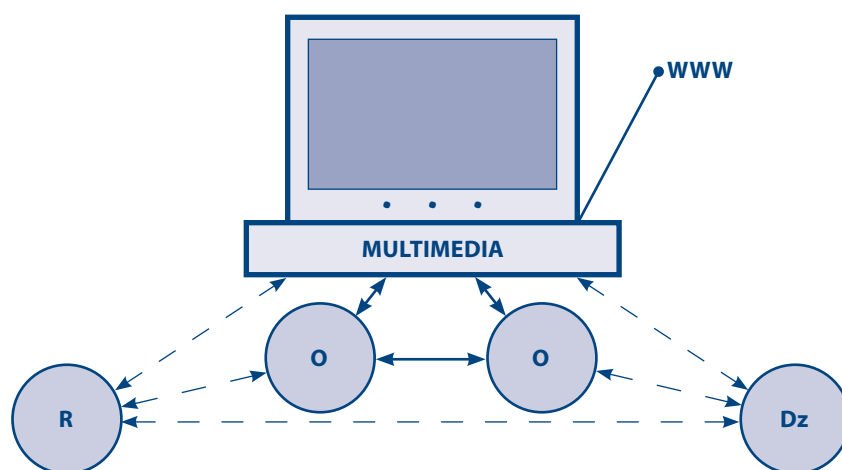
Źródło: badania własne

Badani traktują zatem odbiór audycji radiowych jako niewymagający zaangażowania większej uwagi. Sądzę, że główną tego przyczyną jest pozbawienie komunikatów radiowych elementu audiowizualnego, obrazu.

Inny charakter przyjmują relacje zachodzące między poszczególnymi generacjami (młoda, średnią i starszą) w kontekście używania multimediów (komputera i Internetu). Pomimo tego, że podobnie jak telewizja media te mają walory audio-wizualne, to jednak korzystanie z nich ma raczej charakter indywidualny<sup>6</sup>. Rodzice i dziadkowie, ze względu na brak zainteresowań oraz umiejętności obsługi komputera i Internetu, są dla głównych użytkowników multimediów w badanych rodzinach wiejskich (czyli pokolenia młodych) „nieatrakcyjnymi partnerami” w używaniu multimediów. Z tego też względu młodzi wolą korzystać z nich w samotności lub w towarzystwie rodzeństwa i rówieśników. Wynika to nie tyle z ciągle ograniczonego w środowisku wiejskim dostępu do komputerów czy zasobów sieci Internetu, ale przede wszystkim z niskiego poziomu kompetencji medialnych prezentowanych przez pokolenie rodziców i dziadków.

Schemat 14 ilustruje charakter relacji podejmowanych przez osoby korzystające z multimediów. W świetle otrzymanych danych stwierdzić należy, że „pełny kontakt” z multimediami dotyczy tylko pokolenia młodych, ponieważ to oni najczęściej i w większości są osobami, które obsługują sprzęt komputerowy oraz nawigują poczynania innych domowników w sieci internetowej. Kontakt rodziców i dziadków (jeden senior) z komputerem i Internetem najczęściej odbywa się za pośrednictwem ich dzieci/wnuków, ponieważ są to osoby, które biegle potrafią obsługiwać sprzęt multimedialny.

Schemat 14. Relacje wewnątrzrodzinne podejmowane w trakcie odbioru przekazów multimedialnych – **komputer, Internet**



Źródło: opracowanie własne (O – dzieci i młodzież; R – rodzice; Dz – dziadkowie)

Wspólne korzystanie z multimediów występuje w odniesieniu do pokolenia młodych, którzy używają ich razem z rodzeństwem bądź z rówieśnikami, kierując się tymi

<sup>6</sup> Wysoki jest procent młodych, którzy nigdy nie korzystają razem z komputera (27%) lub Internetu (24%).

samymi zainteresowaniami, potrzebami, motywami. Dorośli natomiast korzystają z multimediiów niejako „zza pleców” dzieci/wnuków. Nie podejmują bezpośrednich działań zmierzających do odbierania i panowania nad przekazem multimedialnym, lecz stają się najczęściej obserwatorami lub osobami kontrolującymi tematykę treści odbieranych przez młodych. Z tego też względu, trudno jest mówić o wspólnym korzystaniu badanych generacji z multimediiów – badani korzystają z nich raczej razem.

## 6.2. Wspólne obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej

Podstawowym elementem łączącym generacje wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej jest wysoka pozycja **telewizji** w przestrzeni życiowej badanych. We wszystkich badanych pokoleniach jest to medium dominujące spośród innych stanowiących przedmiot zainteresowań tej pracy tj. radia, komputera oraz Internetu. Telewizja wykorzystywana jest w różnych płaszczyznach zarówno przez dzieci i młodzież, jak również ich rodziców i dziadków. Podkreślić należy, że odbiór przekazów telewizyjnych stanowi najczęstszy sposób spędzania przez badanych czasu wolnego. We wszystkich rodzinach obecny był przynajmniej jeden odbiornik telewizyjny, zaś w przypadku 67,3% – dwa lub więcej. Z tego też względu recepcja przekazów medialnych z wykorzystaniem odbiornika telewizyjnego ma charakter odbioru domowego.

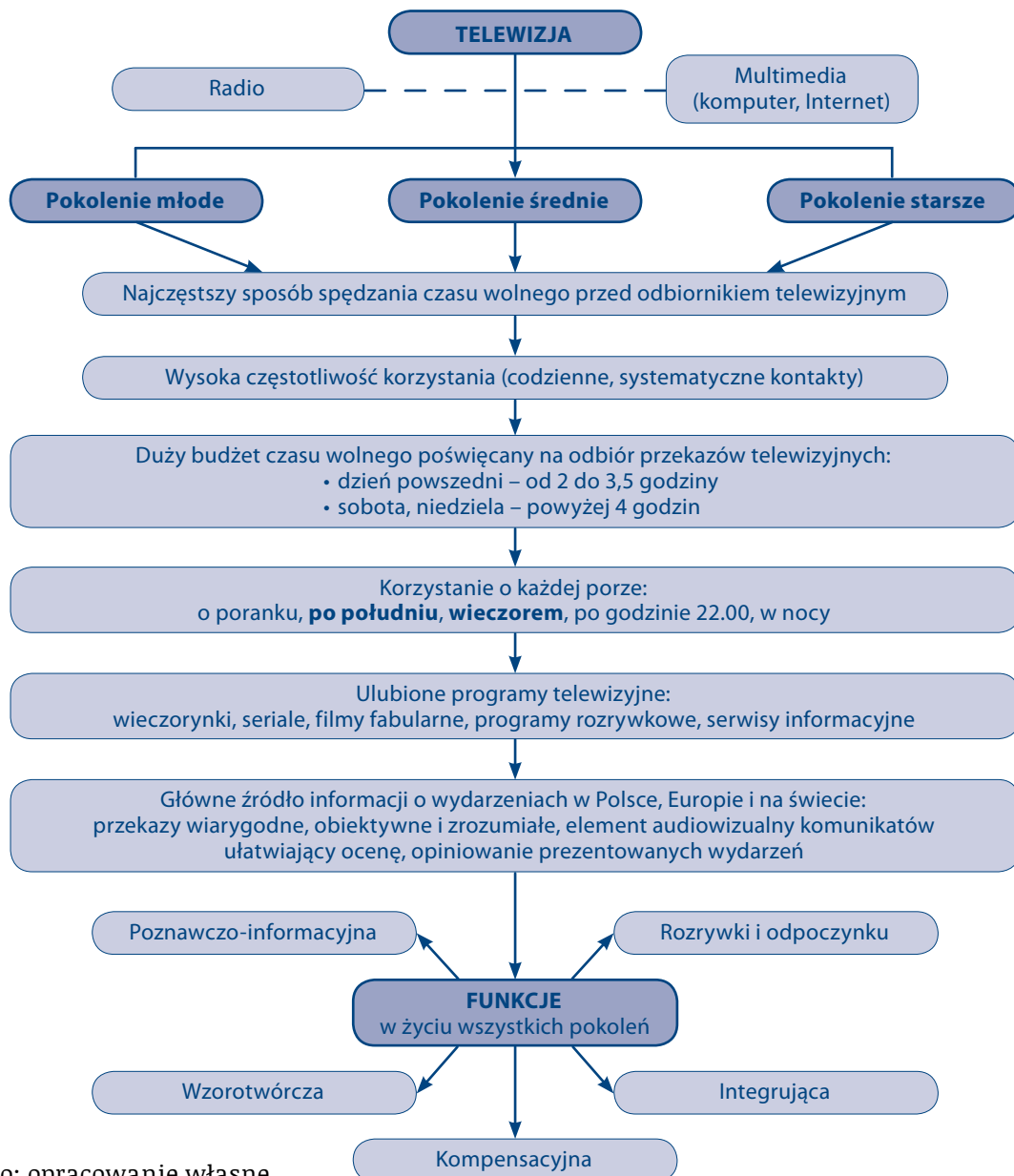
Wolnoczasowe czynności badanych związane z używaniem telewizji są to czynności regularne, powtarzające się systematycznie, odznaczające się wysoką częstotliwością. Popularność i powszechność telewizji powoduje, że badane pokolenia korzystają z niej codziennie, poświęcając na odbiór emitowanych przekazów dużą część budżetu swojego czasu wolnego. W dzień powszedni odbiór programów telewizyjnych zajmuje im najczęściej od 2 do 3 i pół godziny, zaś w dni wolne od nauki szkolnej i pracy zawodowej (sobota, niedziela) – powyżej 4 godzin. Wyjątek stanowią badani seniorzy, którzy codziennie poświęcają telewizji ponad 4 godziny<sup>7</sup>. Znaczna część budżetu czasu wolnego, jaki badane generacje przeznaczają na korzystanie z telewizji oraz wysoka częstotliwość odbioru przekazów telewizyjnych, świadczą o wyraźnej preferencji tego medium. We wszystkich pokoleniach odsetek korzystających z telewizji zarówno w dzień powszedni, sobotę, jak i w niedzielę przekracza 90%, zaś wśród seniorów wynosi 98%. Dodać również należy, że w badanych rodzinach telewizja jest najbardziej lubianym medium spośród innych, w jakie były wyposażone wiejskie gospodarstwa. Popularność telewizji jest efektem powszechności i dostępności

<sup>7</sup> Pokolenie dziadków w większości są to ludzie nieaktywni zawodowo oraz społecznie, dysponujący nadmiarem czasu wolnego (powyżej 5 i pół godziny dziennie).

tego medium. Wybór, jaki oferuje telewizja, zarówno w wymiarze liczby stacji telewizyjnych, jak i jakości emitowanych programów, oraz jego obsługa, powodują, że korzystanie z tego medium jest łatwe dla dziecka i człowieka starszego.

Atrakcyjność i różnorodność treści odbieranych przekazów telewizyjnych sprawiają, że telewizja zawładnęła przestrzenią czasu badanych generacji. Telewizja jest obecna w życiu dzieci i młodzieży, ich rodziców i dziadków o każdej porze: o poranku, po południu, wieczorem, czasami po godzinie 22.00 oraz w nocy, przy czym należy zaznaczyć, że swoiste apogeum przypada na godziny popołudniowe i wieczorne. Badani oglądają wtedy ulubione programy telewizyjne, tj. wieczorynki, seriale, filmy fabularne, programy rozrywkowe, serwisy informacyjne.

Schemat 15. Korzystanie z telewizji jako **wspólny** obszar uczestnictwa w kulturze audiowizualnej **łącznie** badane generacje rodzin wiejskich



Źródło: opracowanie własne



Wspólne obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej łączące badane generacje rodzin wiejskich rozpatrywać należy również w kontekście **funkcji**, jakie pełni telewizja w życiu pokoleń. Wszyscy badani, korzystając z telewizji, nastawieni są na poszukiwanie i zdobywanie informacji z interesujących ich dziedzin życia, nauki, techniki, kultury, jednakże preferowane przez nich treści są różne w poszczególnych generacjach. Niemniej zaznaczyć należy, że telewizja stanowi dla nich podstawowe źródło zdobywania nowych informacji oraz poszerzania zasobów intelektualnych. Przekazy telewizyjne pełnią zatem w ich życiu funkcję poznawczo-informacyjną. Analiza otrzymanych danych wykazała, że uzyskiwane przez dzieci i młodzież, rodziców i dziadków niektóre informacje dotyczą tych samych kręgów tematycznych. Są to wiadomości z kraju i ze świata, wiadomości społeczne oraz wiadomości z dziedziny kultury. Telewizja jest również medium, które w największym zakresie sprzyja rozwojowi nowych zainteresowań badanych. Każde pokolenie rozwija je jednak w innych, niezależnych od siebie kierunkach. Dzieci i młodzież rozwijają zainteresowania przyrodnicze, motoryzacyjne, związane z nauką szkolną, rodzice – związane z rolnictwem, zaś dziadkowie dotyczące kwestii społecznych.

Odbierane przez badanych przekazy telewizyjne stanowią dla nich cenne źródło wartościowych wzorów zachowań, ideałów, obowiązujących norm społeczno-moralnych, obyczajowych. Zarówno dzieci i młodzież, jak i ich rodzice i dziadkowie uczą się z telewizji szacunku dla innych, określonych postaw wobec ważnych problemów społecznych, poznają życie innych ludzi, uczą się, w jaki sposób pomagać bliźnim.

Wszystkie badane generacje rodzin wiejskich, korzystając z programów telewizyjnych, zaspokajają naturalną potrzebę rozrywki, zabawy, przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń pozwalających im na ucieczkę od monotonii, od codziennych problemów i spraw. W opinii badanych pokoleń telewizja stwarza im również możliwość odpoczynku, odreagowania zmęczenia i znużenia, regeneracji sił fizycznych i psychicznych zużytych w czasie nauki szkolnej czy pracy.

W badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich korzystanie z telewizji stanowi podstawowy czynnik sprzyjający wspólnemu spędzaniu czasu wolnego w rodzinie. Badani (ponad połowa dzieci i młodzieży – 52%, prawie połowa rodziców – 45,5% oraz niektórzy dziadkowie – 36,8%) odczuwają potrzebę wspólnego korzystania z programów telewizyjnych i bycia razem. Telewizja zatem najczęściej gromadzi przed odbiornikiem całą rodzinę, natomiast wspólny wybór i korzystanie z przekazów telewizyjnych w niektórych rodzinach może również wpływać na wzmocnienie więzi wewnątrzrodzinnych. Telewizja pełni zatem funkcję integrującą poszczególne pokolenia. Świadczy o tym to, że zarówno młodszy, jak i starsi odbiorcy odczuwają potrzebę wspólnego spędzania czasu przed odbiornikiem

telewizyjnym, chęć porozumiewania się między sobą podczas emisji programu, wyrażania swoich uczuć gestem, mimiką, słowami, potrzebę wzajemnego wyjaśniania niezrozumiałych kwestii, dyskusji po obejrzeniu programu. Świadczą o tym wypowiedzi badanych:

*Lubię z mamą obejrzeć jakiś film (dziewczyna, 15 lat);*

*Oglądamy teleturnieje, filmy, seriale, komedie – lubimy się śmiać (chłopiec, 10 lat);*

*Oglądamy razem filmy przyrodnicze, bo dużo się dowiadujemy o zwierzętach (chłopiec, 14 lat);*

*Z babcią oglądam programy o zwierzętach, a z dziadkiem o rolnictwie (chłopiec, 10 lat);*

*Oglądamy razem bajki, filmy, bo wtedy jest wesoło (kobieta, 44 lata);*

*Oglądamy filmy przyrodnicze, bo dużo się z nich dowiadujemy (kobieta, 34 lata);*

*Razem z wnukami oglądam film, co ja lubię – „Moda na sukces” (kobieta, 71 lat);*

*Czasami z rodzicami oglądam serial, wiadomości; lubimy to (kobieta, 41 lat);*

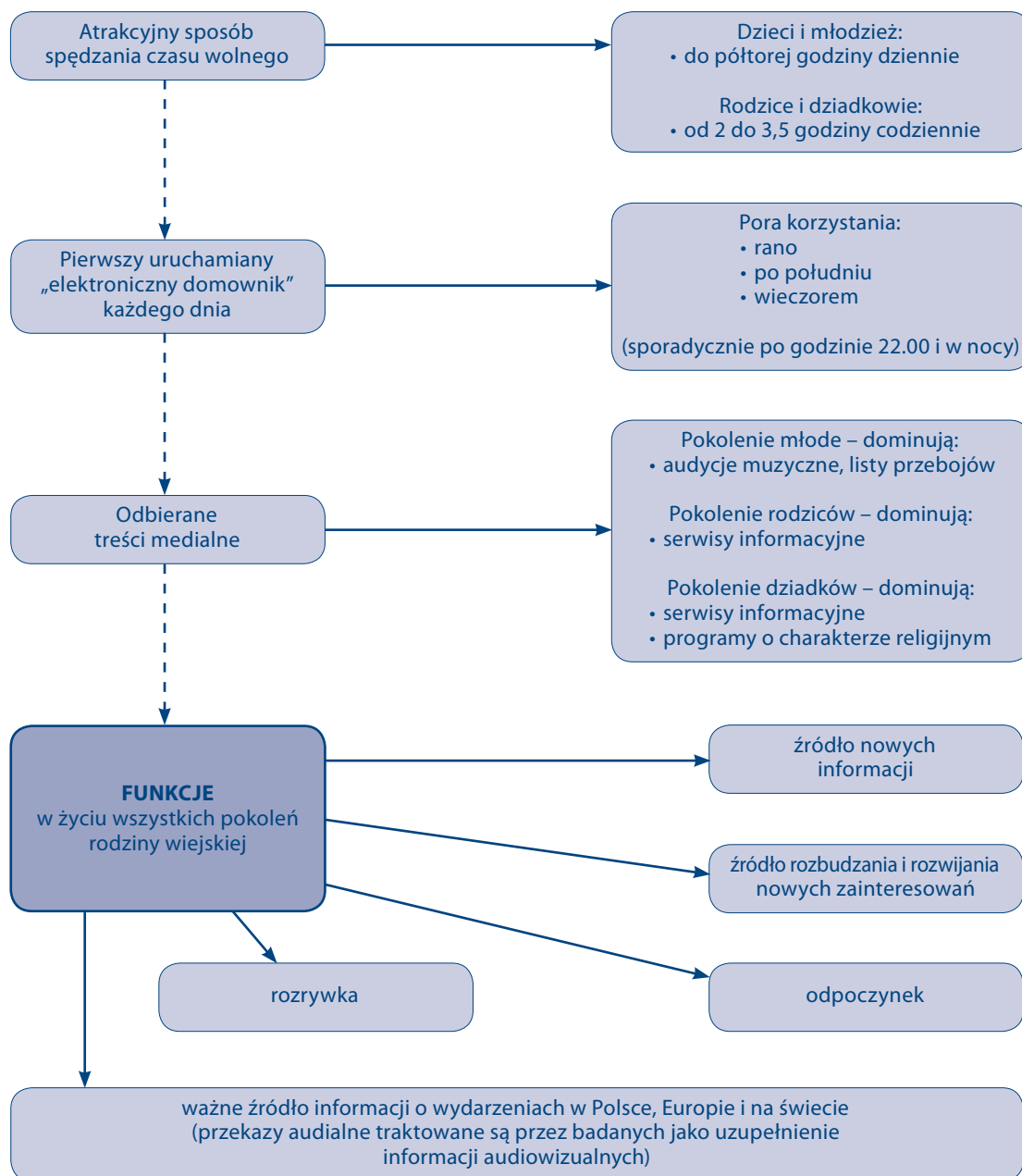
*Razem z dziećmi oglądamy wiadomości; interesujemy się tym (kobieta, 77 lat).*

Korzystając z określonych przekazów telewizyjnych, badani mają również szansę kompensacji braków kulturalnych, edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku i rozrywki.

Przekazy telewizyjne (głównie serwisy informacyjne emitowane w telewizji publicznej) stanowią dla badanych pokoleń główne źródło nowych informacji o istotnych wydarzeniach w Polsce, Europie i na świecie. Wspólną ich cechą jest to, że dotyczą one zagadnień rolnictwa oraz ogólnej sytuacji społeczno-politycznej. Odbierane przez badanych informacje za pośrednictwem telewizji są w ich odczuciu obiektywne, wiarygodne i zrozumiałe, zaś element audiowizualny eksponowany w przekazach telewizyjnych jest ułatwieniem w trudnym procesie dokonywania ocen, wyrażania opinii na temat prezentowanych wydarzeń. Podkreślić należy, że suma spostrzeżeń, wyobrażeń i informacji, jakie użytkownicy uzyskują z telewizji, dotyczące różnych aspektów rzeczywistości, stanowią podstawę kreowania przez nich określonego obrazu świata współczesnego oraz wizji przyszłości.

Wspólnym obszarem uczestnictwa w kulturze audiowizualnej, łączącym badane generacje rodzin wiejskich w nieco węższym zakresie w porównaniu z telewizją, jest **radio**. W to medium jest wyposażona znaczna większość (90,1%) badanych gospodarstw domowych. Odbiór audycji radiowych stanowi (podobnie jak przekazy telewizyjne) atrakcyjny sposób spędzania czasu wolnego wśród wszystkich badanych generacji.

Schemat 16. **Wspólne** obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej łączące badane generacje rodzin wiejskich z wykorzystaniem **radia**



Źródło: opracowanie własne

Codziennie słuchanie radia jest udziałem głównie pokolenia dorosłych (rodzice – 67%; dziadkowie – 60,6%), nieco rzadziej natomiast generacji młodej (43%). Z tego też względu dzieci i młodzież na odbiór audycji radiowych przeznaczają nie więcej niż półtorej godziny (w dzień powszedni – 43%, sobotę – 42%, niedzielę – 31%). Badani rodzice i dziadkowie natomiast na codzienne korzystanie z radia poświęcają od 2 do 3 i pół godziny. Zaznaczyć należy, że osoby używające radia traktują przekazy radiowe jako swego rodzaju „tło” towarzyszące wykonywaniu różnych czynności dnia codziennego: nauki, pracy, przygotowywania posiłków, rodzinnych lub

sąsiedzkich dyskusji, odpoczynku. Sporadycznie natomiast korzystają oni z radia z zamiarem wysłuchania konkretnej audycji. Przekazy radiowe stanowią uzupełnienie informacji zdobywanych dzięki telewizji.

Radio jest pierwszym uruchamianym „elektronicznym domownikiem”. Medium to towarzyszy członkom rodziny od wczesnych godzin porannych przy okazji spożywania śniadania, ustalania planu dnia, porządku wykonywanych prac w gospodarstwie. Używane jest również przez badanych po południu i wieczorem, sporadycznie zaś po godzinie 22.00 i w nocy. Odbierane wówczas treści medialne są różne w poszczególnych pokoleniach. Pokolenie młode, najczęściej korzystając z radia, słucha audycji muzycznych, list przebojów, natomiast rodzice i dziadkowie wysłuchują serwisów informacyjnych. Dziadkowie często korzystają z programów o charakterze religijnym, uczestnicząc w transmitowanej Mszy Świętej lub modląc się.

Dla niektórych badanych (dla pokolenia młodego – 26%, średniego – 38,6%, starszego – 26,1%) radio jest również źródłem nowych informacji, dotyczących głównie wydarzeń społeczno-politycznych z kraju i ze świata (funkcja poznawczo-informacyjna). Tylko dla pojedynczych osób reprezentujących pokolenia młode, średnie i starsze, radio jest źródłem rozwijania lub zdobywania nowych zainteresowań (dla dzieci i młodzieży – 7%, rodziców – 9,9%, dziadków – 8%). Korzystający z audycji radiowych rozwijają przede wszystkim zainteresowania muzyczne. Z emitowaną przez to medium muzyką jest związana funkcja rozrywkowa, jaką pełni radio w badanych generacjach. Muzyka wprowadza odbiorcę w dobry nastrój, dostarcza badanym pozytywnych doznań, przywołuje w pamięci miłe chwile, wspomnienia pozwalające przenieść się w świat wyobraźni, zapomnieć o troskach i problemach codzienności. Odbiór przekazów muzycznych nie wymaga od badanych większej koncentracji uwagi, wysiłku intelektualnego bądź silnych przeżyć emocjonalnych, z tego też względu radio, podobnie jak telewizja (choć w węższym zakresie), dostarcza dzieciom i młodzieży, rodzicom i dziadkom możliwości odpoczynku.

Przekazy radiowe odbierane przez niektórych przedstawicieli badanych pokoleń, stanowią dla nich ważne źródło informacji o wydarzeniach w Polsce, Europie i na świecie. Zaznaczyć jednak należy, że przekazy audialne są traktowane przez badanych jako uzupełnienie informacji audiowizualnych. Wiarygodność zdobywanych informacji dzięki radiu wymaga potwierdzenia „obrazem”. Jak pisał Nicholas Mirzoeff: „Widzieć, znaczy w dzisiejszych czasach o wiele więcej niż wierzyć”<sup>8</sup>. Można zatem mówić w tym kontekście o ewangelicznym, „ponowoczesnym” syndromie niewiernego Tomasza – „nie uwierzę, dopóki nie zobaczę”.

<sup>8</sup> Za: W. Jakubowski, *Edukacja i kultura popularna*, Kraków 2001.

W badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich wspólne obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej łączące wszystkie badane generacje dotyczą zatem korzystania z telewizji oraz radia. Omówione obszary wspólne dotyczą wszystkich trzech badanych generacji: dzieci i młodzieży, rodziców, dziadków. Przeprowadzone w tej pracy analizy wskazały również, że istnieją wspólne obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej dotyczące wybranych generacji: dzieci – rodzice, rodzice – dziadkowie. Otrzymane w trakcie badań dane wskazują na to, że pomimo tego, iż poszczególne generacje mieszkają razem, spędzają ze sobą czas wolny, to jednak nie mają wspólnych zainteresowań multimedialnych.

W tym kontekście podział międzygeneracyjny wyraźnie zaznacza się między pokoleniami młodym i starszym. O tym, że wspomniane generacje w większości nie łączą wspólne zainteresowania, świadczą zarówno wypowiedzi wnuków (67,5%), jak i dziadków (72,5%):

*Dziadkowie nigdy nie zachęcają mnie do wspólnego korzystania z komputera, ponieważ nie mają świadomości. Traktują to jak ósmy cud świata (dziewczyna, 15 lat);*

*Dziadkowie nie wiedzą, co to jest. Nie potrafią nawet włączyć. Nie zbliżają się do komputera (dziewczyna, 14 lat).*

W pewnym wymiarze powyższe wypowiedzi świadczą o prefiguratywnym typie kultury obecnym w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich.

### 6.3. Międzypokoleniowe różnice dotyczące uczestnictwa w kulturze audiowizualnej

Symptomatyczne przemiany ponowoczesności mające swoje odzwierciedlenie w prefiguratywnym typie kultury „narzuciły” użytkownikom współczesnych mediów audiowizualne doświadczenie świata. Dotyczy to szczególnie pokolenia młodego, ale również, na co wskazują wyniki przeprowadzonych badań, starszych generacji. Zasadnicza międzypokoleniowa różnica odnosząca się do uczestnictwa generacji rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej jest związana z używaniem medialnych „tworów” ponowoczesności – komputera i Internetu. W badanym środowisku wiejskim w komputer wyposażonych było 64,4% gospodarstw domowych, natomiast połączenie z siecią Internetu miało 21,8%.

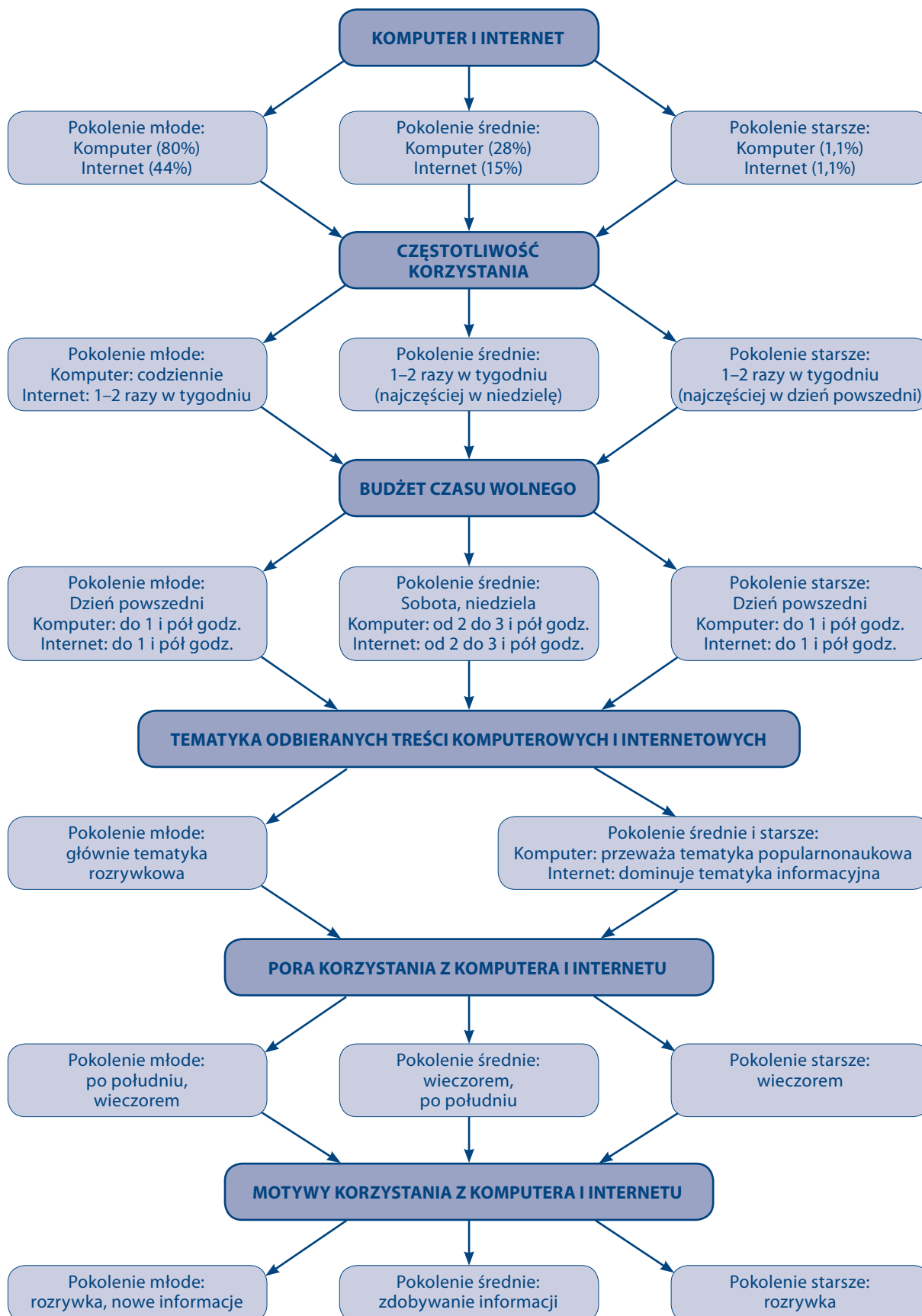
Korzystanie przez badanych w czasie wolnym z **komputera i Internetu** zajmuje pozycje bardziej odległe w porównaniu z telewizją i radiem. Dodać należy, że multimedialność w większości używają dzieci i młodzież oraz ich rodzice (komputer: młodzi N=80, rodzice N=28; Internet: młodzi N=44, rodzice N=15). W pokoleniu starszym

korzysta z nich tylko jeden senior. Liczba użytkowników multimediów w badanych rodzinach jest efektem opisanego ciągle ograniczonego dostępu do tych technologii w środowisku wiejskim, ale przede wszystkim wynika z niskich kompetencji medialnych (głównie rodziców i dziadków). Ze względu na to, iż nie wszystkie badane rodziny posiadały w domu komputer i Internet, charakter korzystania z tych mediów **nie jest związany wyłącznie ze środowiskiem domu rodzinnego**. Dzieci i młodzież używają multimediów zarówno w domu, jak i w szkole, ale także w domu kolegi lub koleżanki. Również rodzice korzystają z komputera i Internetu w domu rodzinnym, czasami u znajomych, w zakładzie pracy bądź w bibliotece publicznej. Stwierdzić zatem należy, że korzystanie przez badanych z multimediów **nie ma charakteru odbioru wspólnego, międzypokoleniowego**, tak jak w przypadku telewizji i radia.

Duża liczba dzieci i młodzieży (39%) korzysta z komputera codziennie, nieco rzadziej natomiast z Internetu (20%, 1–2 razy w tygodniu). Czas spędzany przez pokolenie młodych przed monitorem komputera w dzień powszedni najczęściej nie przekracza półtorej godziny (35%), zaś w dni wolne od nauki w szkole zawiera się w przedziale od 2 do 3 i pół godziny (w sobotę – 31%, niedzielę – 29%). Większość czasu wypełniają im gry komputerowe, ale często komputer jest wykorzystywany jako pomoc w odrabianiu lekcji. Korzystają wtedy z encyklopedii multimedialnych, płyt CD dołączonych do podręczników. Czas korzystania przez młodych z sieci internetowej zawiera się w przedziale czasu do półtorej godziny (18%), bądź od 2 do 3 i pół godziny (15%). Podkreślić należy, że pokolenie młode częściej korzysta z Internetu w dzień powszedni, ponieważ mają oni kontakt z tym medium zarówno w domu rodzinnym, jak i w szkole (pracownie komputerowe), w domu u kolegi lub koleżanki. W sobotę oraz niedzielę nieznacznie zwiększa się wymiar czasu przeznaczanego przez młodych na korzystanie z sieci internetowej od 2 do 3 i pół godziny, ale dotyczy to tylko pojedynczych osób (sobota – 9%, niedziela – 8%). Badani rodzice korzystający z multimediów używają ich z niską częstotliwością od 1 do 2 razy w tygodniu (najczęściej w niedzielę). Wymiar czasu poświęcany na używanie komputera przez rodziców w dzień powszedni nie przekracza półtorej godziny (11,9%), natomiast nieco więcej czasu spędzają oni przed komputerem w sobotę oraz w niedzielę (dotyczy to jednak pojedynczych osób – w sobotę 6,9%, niedzielę 9,9%). Nieduży wymiar budżetu czasu wolnego, jaki rodzice poświęcają na surfowanie w sieci Internetu spowodowany jest brakiem umiejętności posługiwania się tym medium oraz ciągle jeszcze ograniczonym dostępem do Internetu w środowisku wiejskim. Najczęściej pokolenia korzystające z multimediów (dzieci i młodzież oraz rodzice) używają ich w godzinach popołudniowych i wieczornych.



Schemat 17. Międzypokoleniowe **różnice** dotyczące uczestnictwa badanych generacji w kulturze audiowizualnej w kontekście korzystania z **komputera i Internetu**



Źródło: opracowanie własne

Międzypokoleniowe różnice dotyczące uczestnictwa w kulturze audiowizualnej w rodzinach wiejskich również są związane z **tematyką odbieranych przekazów medialnych i multimedialnych**. Wspomniane różnice rozpatrywać należy nie tylko w odniesieniu do multimediiów, ale również do „mediów tradycyjnych” – telewizji i radia. Pokolenie młode znacznie częściej niż dorośli wybiera programy telewizyjne o tematyce przygodowej, rozrywkowej. Starsze generacje natomiast preferują przekazy informacyjne. Odmierna sytuacja występuje w odniesieniu do radia. W tym przypadku wspólną tematyką odbieranych audycji radiowych dla pokoleń młodego i średniego są audycje muzyczne, natomiast seniorzy preferują treści religijne. Uzyskane w trakcie badań dane wskazują również na odmienne preferencje tematyczne odbieranych przekazów multimedialnych. W pokoleniu młodych dominują treści o charakterze rozrywkowym, zaś w starszych generacjach – popularnonaukowe i informacyjne. Zróżnicowana tematyka odbieranych przez badane generacje przekazów medialnych i multimedialnych jest konsekwencją odmiennych zainteresowań oraz motywów, jakimi kierują się badani w korzystaniu z poszczególnych mediów elektronicznych i multimediiów. Podkreślić należy, że badane dzieci i młodzież, korzystając z poszczególnych mediów elektronicznych, kieruje się głównie chęcią uzyskania rozrywki, zaś pokolenie rodziców i dziadków motywem związanym z niezaspokojoną potrzebą orientacji w obszarze aktualnych wydarzeń w Polsce, Europie oraz na świecie.

Wracając jednak do komputera i Internetu, stwierdzić trzeba, że ze względu na brak zainteresowań multimedialnych wśród wszystkich dziadków, komputer i Internet pełni **wiele funkcji jedynie w odniesieniu do pokolenia dzieci i młodzieży i ich rodziców**. W celu zdobycia nowych informacji multimedia są wykorzystywane przez niektórych młodych oraz pojedynczych rodziców (komputer: dzieci i młodzież – 23%, rodzice – 4%; Internet: dzieci i młodzież – 27%, rodzice – 9,9%). Różny jest jednak zakres tematyczny uzyskiwanych informacji. Pokolenie młode znacznie częściej niż rodzice (i jeden senior) wykorzystuje nowe media (głównie Internet) w celu wyszukiwania treści związanych z ich zainteresowaniami, tj. dotyczących przyrody, muzyki, filmu, sportu. Rodzice natomiast za pośrednictwem Internetu uzyskują wiadomości na temat ogólnej sytuacji społeczno-politycznej w kraju, Europie i na świecie oraz informacje dotyczące rolnictwa.

Charakterystyczną cechą uczestnictwa badanych generacji w kulturze audiowizualnej jest to, że **multimedia dla dzieci i młodzieży stanowią ważne źródło rozwijania zainteresowań**. Interesujące jest, że młodemu pokoleniu komputer i Internet dostarcza inspiracji i możliwości rozwijania zainteresowań znacznie częściej niż radio (radio – 7%, komputer – 19%, Internet – 25%). Dzieci i młodzież dzięki komputerowi i Internetowi rozbudzają i kształtują swoje zainteresowania z zakresu informatyki, gier komputerowych, zagadnień popularnonaukowych, związanych

z edukacją szkolną. Tylko niektórzy rodzice dzięki multimediom realizują swoje zainteresowania z zakresu problematyki popularnonaukowej.

Tabela 21. **Zróżnicowanie funkcji** pełnionych przez multimedia (komputer, Internet) w życiu poszczególnych generacji

<b>FUNKCJA POZNAWCZO-INFORMACYJNA</b>		
<b>Pokolenie młode</b>	<b>Pokolenie średnie</b>	<b>Pokolenie starsze</b>
Komputer: dzieci i młodzież 23%; rodzice 4% Internet: dzieci i młodzież 27%; rodzice 9,9%		-
<b>ROZBUDZANIE NOWYCH ZAINTERESOWAŃ</b>		
<b>Pokolenie młode</b>	<b>Pokolenie średnie</b>	<b>Pokolenie starsze</b>
Komputer: dzieci i młodzież 19%; rodzice 8,9% Internet: dzieci i młodzież 25%; rodzice 6,9%		-
<b>FUNKCJA WZOROTWÓRCZA</b>		
<b>Pokolenie młode</b>	<b>Pokolenie średnie</b>	<b>Pokolenie starsze</b>
Ciekawostki z życia ulubionych aktorów, piosenkarzy, sportowców	Wskazówki do dobrego gospodarzenia	-
<b>FUNKCJA ROZRYWKOWA</b>		
<b>Pokolenie młode</b>	<b>Pokolenie średnie</b>	<b>Pokolenie starsze</b>
Komputer: dzieci i młodzież 36%; rodzice 5% Internet: dzieci i młodzież 22%; rodzice 2%		-
<b>FUNKCJA ODPOCZYNKU</b>		
<b>Pokolenie młode</b>	<b>Pokolenie średnie</b>	<b>Pokolenie starsze</b>
Komputer: dzieci i młodzież 17%; rodzice 1% Internet: dzieci i młodzież 8%; rodzice 2%		-
<b>FUNKCJA INTEGRUJĄCA</b>		
<b>Pokolenie młode</b>	<b>Pokolenie średnie</b>	<b>Pokolenie starsze</b>
CZĘSTO młode – średnie	CZĘSTO średnie – młode	CZĘSTO starsze – młode
CZASAMI młode – starsze	SPORADYCZNIE średnie – starsze	SPORADYCZNIE starsze – średnie

Źródło: badania własne

Dla bardzo mało licznej grupy badanych dzieci i ich rodziców, multimedia stanowią źródło nowych wzorów do naśladowania. Pojedyncze jedynie dzieci z oglądanych bajek zapisanych na nośniku CD uzyskują wskazówki dotyczące poprawnego zachowania w różnych sytuacjach (6%). Surfując natomiast w sieci Internetu (7%), wyszukują oni ciekawostki dotyczące życia ich idoli. Rodzice (2%) z kolei uzyskują

informacje, które mogą wykorzystać w prowadzonym gospodarstwie rolnym. Multimedia zatem w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich **realizują funkcję wzorotwórczą incydentalnie**, bardzo rzadko i w sposób wybiórczy, co wiąże się ciągle jeszcze z ograniczonym dostępem do komputera i Internetu na wsi, ale również niskim poziomem kompetencji medialnych, związanych głównie z brakiem umiejętności posługiwania się takim narzędziami, jak komputer oraz Internet oraz motywami korzystania z multimediiów, które najczęściej dotyczą rozrywki.

Badane dzieci i młodzież bardzo często traktują korzystanie z multimediiów w kategoriach **rozrywki** (komputer – 36%, Internet – 22%). Młodzi użytkownicy komputera korzystają wtedy z gier komputerowych oraz multimedialnych programów edukacyjnych. W Internecie natomiast odwiedzają popularne witryny internetowe YouTube, Interia, Onet i inne o charakterze rozrywkowym. Należy podkreślić, że Internet jako źródło rozrywki był wskazywany przez młodych równie często jak radio, nie częściej jednak niż komputer. Nieco mniejsza grupa dzieci i młodzieży używająca komputera (17%) i Internetu (8%) czyni to w celu odreagowania zmęczenia, regeneracji sił po nauce lub pomocy rodzicom i dziadkom w gospodarstwie. Tylko pojedynczy rodzice traktują korzystanie z multimediiów jako możliwość przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń pozwalających im na ucieczkę od monotonii, codziennych problemów i spraw lub jako możliwość odpoczynku.

Podkreślić należy, że w odniesieniu do multimediiów wysoki jest procent młodych, którzy **nigdy nie korzystają wspólnie** z komputera (27%) lub Internetu (24%). Wskazuje to na indywidualny charakter odbioru przekazów multimedialnych. Czasami tylko badani (dzieci i młodzież – 38%, rodzice – 24,8% oraz jeden senior) razem używają komputera. Sytuację wspólnego korzystania z tego medium inicjują zazwyczaj młodzi, zachęcając rodziców do wspólnego korzystania z komputera w celu rozrywki lub wspólnej edukacji, co świadczy o kulturze prefiguratywnej w badanych rodzinach. Młodzi razem z dziadkami oglądają płyty CD dołączone do prasy religijnej, zdjęcia, filmy z uroczystości rodzinnych, zdjęcia z pielgrzymek. Pojedyncze natomiast osoby czasami wspólnie korzystają z Internetu (młodzi – 15%, rodzice – 9,9%, jeden senior). Podobnie, w inicjowaniu wspólnego korzystania z tego medium prym wiodą młodzi. Wspólnie korzystają wówczas z komunikatora internetowego Gadu-Gadu lub Skype w celu komunikowania się z członkami rodziny przebywającymi za granicą lub odwiedzają różne strony internetowe. Trudno jest zatem stwierdzić o integrującej funkcji multimediiów w badanych rodzinach wiejskich. Sporadyczne, wspólne korzystanie dotyczy tylko niektórych dzieci i młodzieży oraz ich rodziców.

Podobnie jak w przypadku telewizji, pokolenia dzieci i młodzieży oraz rodziców, korzystając z określonych przekazów multimedialnych, mają również szansę

kompensacji braków kulturalnych, edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku i rozrywki.

Multimedia dla bardzo małej liczby badanych z poszczególnych generacji stanowią źródło uzyskiwania informacji o wydarzeniach w Polsce, w Europie i na świecie. Dominującą rolę w tym zakresie pełni telewizja (jako uzupełnienie wiadomości telewizyjnych badani traktują przekazy radiowe). Niemniej niektórzy badani reprezentujący pokolenie młode i średnie zaznaczają, że informacje uzyskiwane za pośrednictwem Internetu są tak samo wiarygodne, obiektywne i dla nich zrozumiałe, jak te uzyskiwane przez radio (w pokoleniu dzieci i młodzieży wskaźnik procentowy jest nawet nieco wyższy – radio 14%; Internet 19%). Młodym łatwiej jest również dokonać oceny, wyrazić swoją opinię na temat wydarzeń prezentowanych w Internecie niż tych uzyskiwanych drogą radiową. Niewielki jest jednak udział komputera i Internetu w budowanym przez pokolenie dzieci i młodzieży obrazie Polski, Europy oraz świata. Znaczna większość spostrzeżeń, wyobrażeń i informacji, jakie badani uzyskują na ten temat pochodzi z przekazów telewizyjnych.

## Rozdział 7

# Audiowizualne doświadczenie świata – implikacje dla praktyki

### 7.1. Typologia wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kontekście uczestnictwa w kulturze audiowizualnej

Ustalenie wspólnych cech, ale także różnic dotyczących uczestnictwa poszczególnych generacji w kulturze audiowizualnej, pozwala na opracowanie typologii badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich. W kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej wyróżnić można dwa zasadnicze typy: **rodziny tradycyjne – radiowo-telewizyjne** oraz **rodziny zurbanizowane – telematyczne**. Wymienione dwa typy rodzin w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej są charakterystyczne dla badanego środowiska wiejskiego.

Uczestnictwo w kulturze audiowizualnej **rodzin tradycyjnych – radiowo-telewizyjnych** polega na korzystaniu, wyłącznie lub prawie wyłącznie, z treści kultury przekazywanych przez „media tradycyjne” – telewizję i radio. Jest to uczestnictwo typowe dla mieszkańców wsi, tym bardziej że ciągle jeszcze dostęp do komputera lub Internetu jest w tym środowisku ograniczony. We wszystkich pokoleniach tych rodzin, telewizja i radio są to media dominujące spośród innych stanowiących przedmiot zainteresowań tej pracy (tj. komputera oraz Internetu). „Stare media” są wykorzystywane w różnych płaszczyznach, zarówno przez dzieci i młodzież, jak również ich rodziców i dziadków. W rodzinach „tradycyjnych” odbiór przekazów telewizyjnych i radiowych stanowi najczęstszy sposób spędzania czasu wolnego. Czynności związane z używaniem telewizji i radia są regularne, powtarzające się systematycznie, odznaczające się wysoką częstotliwością. Telewizja i radio w tych rodzinach są używane codziennie i absorbują dużą część budżetu czasu wolnego badanych pokoleń. Świadczy to o preferencji tych mediów elektronicznych, spośród innych, w jakie wyposażone są badane gospodarstwa domowe. Badani z rodzin tradycyjnych – radiowo-telewizyjnych korzystają z tych mediów o każdej porze: o poranku, po południu, wieczorem, czasami po godzinie 22.00 oraz w nocy, przy czym zaznaczyć należy, że swoiste apogeum przypada na godziny popołudniowe i wieczorne.



Poszczególne pokolenia w rodzinach o tradycyjnym obrazie uczestnictwa w kulturze audiowizualnej traktują przekazy medialne w kontekście wielorakich funkcji, jakie one pełnią wobec osób z nich korzystających: stanowią dla nich podstawowe źródło zdobywania nowych informacji oraz poszerzania zasobów intelektualnych, rozwijania swoich zainteresowań lub zdobywania nowych, także cenne źródło wartościowych wzorów zachowań, ideałów, obowiązujących norm społeczno-moralnych, obyczajowych, ponadto zaspokajają naturalną potrzebę rozrywki, zabawy, przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń pozwalających im na ucieczkę od monotonii, od codziennych problemów i spraw, możliwość odpoczynku, odreakowania zmęczenia i znużenia, regeneracji sił fizycznych i psychicznych zużytych w czasie nauki szkolnej czy pracy domowej albo w gospodarstwie rolnym. Zaznaczyć również należy, że badani w tego typu rodzinach znacznie częściej wspólnie odbierają przekazy medialne (głównie telewizyjne), wspólnie dokonują wyboru odbieranych treści, odczuwają potrzebę wspólnego spędzania czasu przed odbiornikiem telewizyjnym, porozumiewają się między sobą podczas emisji programu, wyrażają swoje uczucia gestem, mimiką, słowami, wzajemnie wyjaśniają niezrozumiałe kwestie, dyskutują po obejrzeniu programu. Podkreślić należy, że suma spostrzeżeń, wyobrażeń i informacji, jakie użytkownicy uzyskują z telewizji, dotyczące różnych aspektów rzeczywistości, stanowią podstawę kreowania przez nich określonego obrazu świata współczesnego oraz wizji przyszłości.

Odmienny rodzaj uczestnictwa w kulturze audiowizualnej prezentują **rodziny zurbanizowane – telematyczne**<sup>1</sup>. „Telematyczność” odwołuje się do zmiany roli nadawcy i odbiorcy w procesie komunikowania pośredniego. Nowe media oznaczają decentralizację i sterowanie oddolne, czyli sytuację, w której podaż i selekcja przekazów nie zależą wyłącznie od nadawcy, a w coraz większym stopniu są kształtowane przez użytkowników<sup>2</sup>. Aktywność audiowizualna tych rodzin polega na przewadze lub wyłączności kontaktów z treściami kultury przekazywanymi za pomocą mediów telematycznych – komputera i Internetu. Poszczególne generacje tych rodzin są nastawione na poszukiwanie nowości zarówno w zakresie interaktywnego charakteru odbioru przekazów multimedialnych, jak i ciągle aktualizowanych treści przekazywanych przez multimedia. Charakterystyczną cechą tych rodzin jest obecność w procesie uczestnictwa w kulturze elementów prefiguratywności. Wyraża się ona z jednej strony w wysokim stopniu indywidualizacji korzystania z komputera

<sup>1</sup> Termin „telematyczne” wskazuje na serię wynalazków, których centrum stanowi monitor (ekran) połączony z komputerem za: M. Sokołowski, *Jaka edukacja medialna? Teoretyczny i praktyczny aspekt*, (w:) M. Sokołowski, (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004; L. Zacher, *Problemy społeczeństwa informacyjnego*, Warszawa 1997; T. Zasępa (red.), *Internet. Fenomen społeczeństwa informacyjnego*, Częstochowa 2001.

<sup>2</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004.

i Internetu oraz w dominacji pokolenia młodego w zbiorowym korzystaniu z tych mediów, jako osób kompetentnych i biegłych w dziedzinie obsługi tych urządzeń.

Podobnie jak telewizja i radio, również komputer i Internet pełni wiele funkcji wobec ich użytkowników (głównie w odniesieniu do pokolenia dzieci i młodzieży oraz ich rodziców). Multimedia są zatem wykorzystywane przez badanych w celu zdobycia nowych informacji, rozwijania swoich zainteresowań, incydentalnego uzyskiwania nowych wzorów do naśladowania, w celu rozrywki, czasami odpoczynku. Podkreślić należy, że w odniesieniu do multimediów wysoki jest procent młodych, którzy **nigdy nie korzystają wspólnie** z komputera (27%) lub Internetu (24%). Jak wspominałem wcześniej, wskazuje to na indywidualny charakter odbioru przekazów multimedialnych. Podobnie jak w przypadku telewizji, pokolenia dzieci i młodzieży oraz rodziców, korzystając z określonych przekazów multimedialnych, mają również szansę kompensacji braków kulturalnych, edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku i rozrywki.

## 7.2. Typy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej występujące w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich

Uczestnictwo w kulturze (w tym również w kulturze audiowizualnej) mieszkańców wsi nie jest jednolite. Jest ono zróżnicowane pod względem liczby uczestników, zakresu i częstotliwości korzystania z mediów elektronicznych i multimediów oraz funkcji, jakie one pełnią w życiu badanych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich. Przyjmując powyższe kryteria zróżnicowania, wyodrębnić można kilka typów kontaktów z kulturą audiowizualną (schemat 18)<sup>3</sup>.

I. Ze względu na **liczbę osób** aktywnych oraz **relacje wewnątrzrodzinne** wyróżniam:

**1) Uczestnictwo indywidualne** – obejmuje pojedyncze i osobiste kontakty z mediami elektronicznymi; są to wszelkie zajęcia wykonywane oddzielnie przez uczestników kultury audiowizualnej bez wchodzenia w interakcję z innymi osobami; należą do nich m.in. indywidualny odbiór przekazów telewizyjnych bądź radiowych oraz korzystanie z komputera i Internetu.

**2) Uczestnictwo grupowe** – zespołowe korzystanie z telewizji, radia, komputera lub Internetu bez wchodzenia w głębsze relacje ze współuczestnikami; grupowe,

<sup>3</sup> Por. A. Tyszka, *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, Warszawa 1971; T. Aleksander, *Uwarunkowania uczestnictwa kulturalnego ludności wiejskiej*, Warszawa 1974.

bezrefleksyjne spędzanie czasu wolnego przed telewizorem, komputerem lub odbiornikiem radiowym; odbiór przekazów medialnych i multimedialnych „razem, ale osobno”.

**3) Uczestnictwo wspólnotowe** – w odróżnieniu od form grupowych charakteryzuje się długotrwałą stymulacją, na podstawie świadomie, wspólnie ustalonego planu, który ma na celu rozbudzenie zainteresowań uczestników, wymianę doświadczeń, pogłębienie wspólnych przeżyć, zachęcanie do wspólnych dyskusji; ten typ uczestnictwa w kulturze audiowizualnej sprzyja aktywności intelektualnej odbiorców przekazów medialnych i multimedialnych, modyfikuje postępowanie, dostarcza nowych doświadczeń i przeżyć, porządkuje wiedzę o świecie.

II. Ze względu na **zakres i częstotliwość korzystania** z mediów elektronicznych i multimediiów:

**1) Uczestnictwo jednokierunkowe, wąskie** – zamyka się w ramach korzystania głównie z jednego rodzaju mediów: telewizji, radia, komputera lub Internetu. Uczestnictwo w kulturze audiowizualnej tego typu charakteryzuje się wąskim pod względem ilości zakresem źródeł (mediów), z których jego przedstawiciele czerpią doświadczenia kulturowe;

- **jednokierunkowe, systematyczne i dogłębne** – kontakty z treściami kultury przekazywanymi przez określone medium są częste, realizują się one przy dużym emocjonalnym zaangażowaniu i znacznej aktywności wewnętrznej uczestnika; ten typ uczestnictwa cechuje głębokość wywołanych u odbiorcy przeżyć, refleksji i skojarzeń; w konsekwencji tego typu aktywności kulturalnej kształtują się nowe potrzeby i zainteresowania odbiorcy; jest to zatem uczestnictwo intensywne, jakościowe, pogłębiające;
- **jednokierunkowe, sporadyczne i powierzchowne** – kontakty z treściami kultury przekazywanymi przez określone medium są sporadyczne, realizują się one przy nikłym emocjonalnym zaangażowaniu i małej aktywności wewnętrznej uczestnika; ten typ uczestnictwa cechuje doraźność przeżyć, refleksji i skojarzeń; określone medium stanowi „tło” dla wykonywanych w tym czasie czynności dnia codziennego.

**2) Uczestnictwo wielokierunkowe, szerokie i wielostronne** – nie zamyka się w ramach korzystania z jednego rodzaju mediów, a obejmuje różne, tj. telewizję, radio, komputer lub Internet; uczestnictwo w kulturze audiowizualnej tego typu charakteryzuje się szerokim pod względem ilości zakresem źródeł (mediów), z których jego przedstawiciele czerpią doświadczenia kulturowe;

- **wielokierunkowe, systematyczne i dogłębne** – poszczególne generacje korzystają równocześnie z kilku mediów, np. oglądają programy telewizyjne, słuchają audycji radiowych, są częstymi odbiorcami treści kultury przekazywanych

za pomocą komputera i Internetu; ten typ uczestnictwa w kulturze audiowizualnej charakteryzuje różnorodność kontaktów medialnych, ich systematyczność i głębia; przedstawiciele tego typu uczestnictwa dokonują świadomej selekcji odbieranych treści, angażując w proces recepcji duży wysiłek intelektualny i emocjonalny; w konsekwencji tego typu aktywności kulturalnej kształtują się nowe potrzeby i zainteresowania odbiorcy;

- **wielokierunkowe, sporadyczne i powierzchowne** – podobnie poszczególne generacje korzystają równocześnie z kilku mediów, np. oglądają programy telewizyjne, słuchają audycji radiowych, są odbiorcami treści kultury przekazywanych za pomocą komputera i Internetu; ten typ uczestnictwa w kulturze audiowizualnej również cechuje różnorodność kontaktów kulturowych, jednakże kontakty te są powierzchowne, nawet fragmentaryczne; w odróżnieniu od uczestnictwa wielokierunkowego, systematycznego i dogłębnego, przedstawiciele tego typu uczestnictwa nie dokonują świadomej selekcji odbieranych treści, a ich aktywności nie towarzyszy większy wysiłek intelektualny oraz emocjonalny; jest to zatem uczestnictwo ekstensywne, „poszerzające” zakres doświadczeń i przeżyć kulturowych.

III. Ze względu na **funkcje**, jakie pełnią telewizja, radio, komputer i Internet w życiu badanych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich wyróżnić można następujące typy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej:

**1) Typ uczestnictwa o charakterze poznawczym** – media elektroniczne i multimedia wkomponowały się w zaistniałą na skutek transformacyjnych redukcji instytucji kultury w środowisku wiejskim swoistą „lukę informacyjną”; użytkownicy telewizji, radia, komputera i Internetu korzystają z określonych przekazów medialnych i multimedialnych w celu uzyskania informacji z różnorodnych dziedzin życia, nauki, techniki, kultury, dzięki którym mogą poznać i zrozumieć wiele aktualnych wydarzeń życia społecznego, gospodarczego i kulturalnego; zdobywają oni tą drogą wiadomości, których nie uzyskaliby z innych źródeł, tj. ze szkoły, od kolegów, koleżanek, innych członków rodziny, sąsiadów; badani przez świadome, racjonalne korzystanie z przekazów medialnych i multimedialnych poznają określone style życia, ideały, obowiązujące normy społeczno-moralne, obyczajowe, są wprowadzani w świat wartości kultury, wzorów postępowania i zachowania.

**2) Typ uczestnictwa o charakterze hobbystycznym** – uboga infrastruktura kulturalna badanego środowiska wiejskiego i niekorzystne warunki rodzinne nie sprzyjają rozbudzaniu lub rozwijaniu zainteresowań badanych; źródła te nie są wystarczające do rozwoju bądź rozbudzania nowych zainteresowań; media elektroniczne i multimedia, szczególnie w sytuacji ograniczonych możliwości środowiskowych i rodzinnych, dają swoim użytkownikom możliwość rozbudzania

i rozwijania zainteresowań różnymi dziedzinami życia społecznego, nauki, kultury, sztuki, techniki.

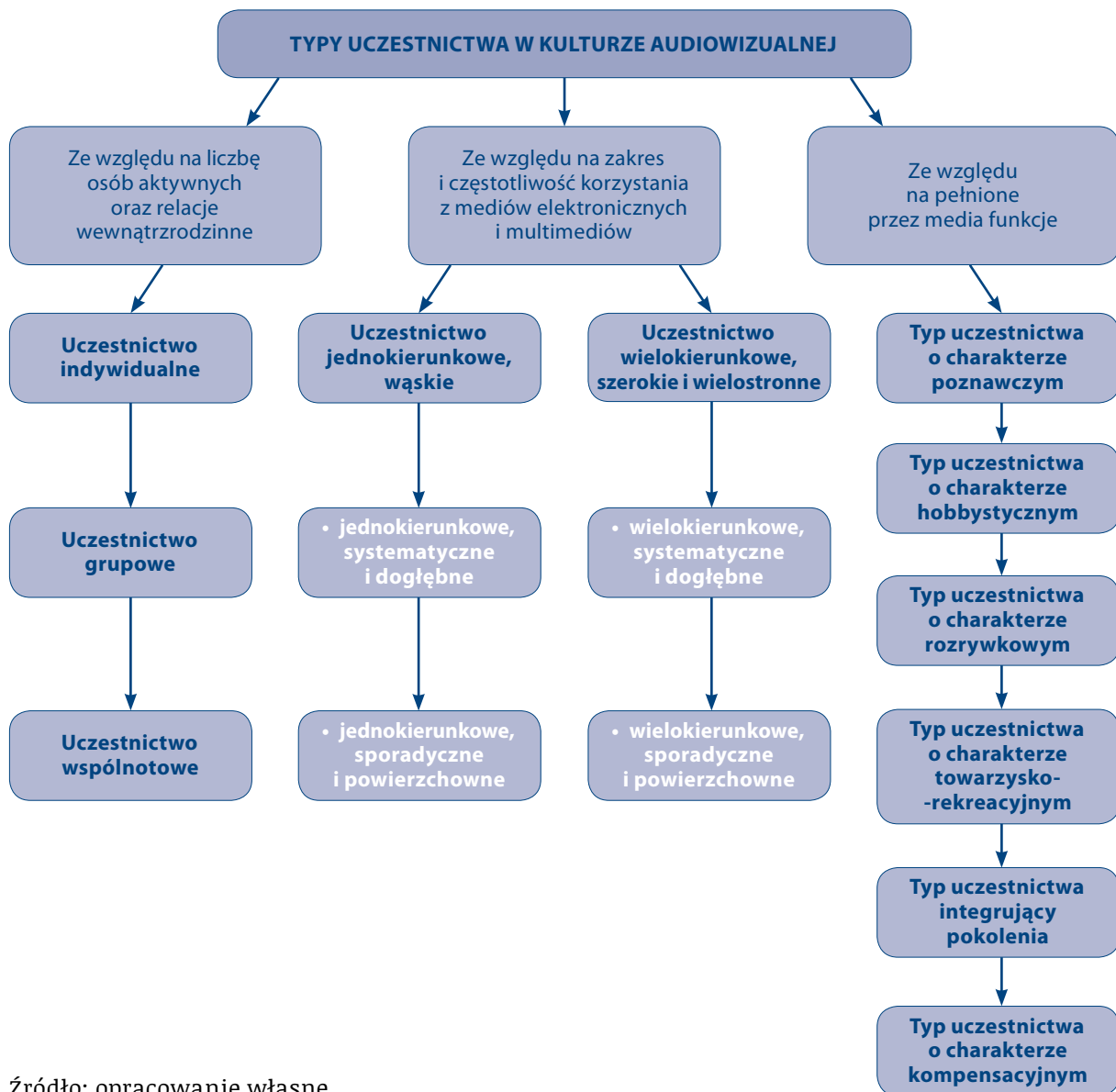
**3) Typ uczestnictwa o charakterze rozrywkowym** – w konsekwencji słabej infrastruktury kulturalnej środowiska, ale również codziennie powielanych przez badanych schematów związanych z nauką w szkole, wielogodzinną, żmudną pracą w gospodarstwie rolnym, obowiązkami związanymi z prowadzeniem gospodarstwa domowego, ich codzienność wypełnia raczej monotonia; badani nie doświadczają na co dzień zbyt wielu sytuacji sprzyjających podejmowaniu aktywności rozrywkowej; korzystając z przekazów medialnych i multimedialnych zaspokajają naturalną potrzebę rozrywki, zabawy, przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń pozwalających im na ucieczkę od monotonii, od codziennych problemów i spraw.

**4) Typ uczestnictwa o charakterze towarzysko-rekreacyjnym** – badane generacje często korzystają z mediów w celu spędzania swojego czasu wolnego; poza tym badani korzystają z przekazów medialnych i multimedialnych, ponieważ odbiór przekazów niewymagających większej koncentracji uwagi, wysiłku intelektualnego bądź silnych przeżyć emocjonalnych stwarza im możliwość odpoczynku, odreagowania zmęczenia i znużenia, regeneracji sił fizycznych i psychicznych zużytych w czasie nauki szkolnej czy pracy.

**5) Typ uczestnictwa integrujący pokolenia** – w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich korzystanie z mediów elektronicznych i multimedii stanowi podstawowy czynnik sprzyjający wspólnemu spędzaniu czasu wolnego w rodzinie; ten typ uczestnictwa w kulturze audiowizualnej przez wspólny wybór i oglądanie emitowanych programów sprzyja odczuwaniu przez odbiorców potrzeby wspólnego spędzania czasu, chęci porozumiewania się między sobą podczas emisji programu, wyrażania swoich uczuć gestem, mimiką, słowami, potrzeby wzajemnego wyjaśniania niezrozumiałych kwestii, dyskusji po obejrzeniu programu; wartość stanowi integracja pokoleń przynajmniej na czas odbioru określonych przekazów medialnych bądź multimedialnych.

**6) Typ uczestnictwa o charakterze kompensacyjnym** – badani doświadczają niekorzystnych sytuacji związanych z procesem rodzimej transformacji systemowej, są pozbawieni dostępu do takich instytucji kultury, jak biblioteka, dom kultury czy kino, dzięki którym mieszkańcy wsi zdobywali nową wiedzę, nowe wiadomości z różnych dziedzin nauki, kultury; badane generacje korzystając z określonych przekazów medialnych i multimedialnych, mają szansę kompensacji wspomnianych braków kulturalnych, edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku i rozrywki.

Schemat 18. Typy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej występujące w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich



Źródło: opracowanie własne

### 7.3. Model rodzinnej edukacji medialnej w wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej

Kluczową umiejętnością współczesnego człowieka wydaje się umiejętność poszukiwania, porządkowania i wykorzystywania informacji uzyskiwanych z różnych źródeł oraz efektywnego posługiwania się nowoczesnymi technologiami informacyjnymi<sup>4</sup>. Media w życiu poszczególnych generacji wielopokoleniowej rodziny

<sup>4</sup> K. Leska, K. Pogodzińska, *Odpowiedzi na podstawie mediów*, „Edukacja i Dialog” 2001, nr 4 (127).



wiejskiej odgrywają istotną rolę w budowaniu ich wiedzy o otaczającym świecie, jak i rozumieniu zjawisk, procesów w nim zachodzących. Przez różnorodny i bogaty wpływ media oddziałują na życie jednostki, osadzając ją w ciągle zmieniających się realiach<sup>5</sup>. Nie da się wyizolować współczesnego człowieka ze świata mediów. Nie da się w znacznym stopniu ochronić człowieka ani przed negatywnymi konsekwencjami ich używania, ani przed ich skutkami pozytywnymi (nie zawsze jednak z różnych względów pożądanymi). Rodzice oraz dziadkowie często bezskutecznie próbują pogodzić własne doświadczenia życiowe z doświadczeniami medialnymi swoich dzieci, wnuków. Wielu dorosłym coraz trudniej jest radzić sobie z wszechstronnymi zmianami, do jakich doprowadziły nowe środki przekazu, natomiast pokolenie młode znacznie częściej niż dorośli sięga po nowe technologie<sup>6</sup>. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują jednak na to, że zdolność pokolenia młodego do selektywnego odbioru przekazów medialnych i multimedialnych oraz umiejętność ich oceny jest słabo rozwinięta. Z jednej strony zauważalny jest brak odpowiedniego przygotowania pokolenia młodego do racjonalnego, świadomego korzystania z mediów elektronicznych i multimediiów, w które jest wyposażone gospodarstwo domowe, z drugiej zaś jest widoczny brak przygotowania rodziców, dziadków do radzenia sobie z problemami wychowawczymi w nowoczesnym, zaudiowizualizowanym świecie. Innymi słowy zarówno posługiwanie się mediami, jak i odbiór mediów, wymaga odpowiedniego przygotowania<sup>7</sup> na drodze rodzinnej edukacji medialnej.

W literaturze przedmiotu wskazuje się na trzy drogi realizowania edukacji medialnej<sup>8</sup>. Wprawdzie dotyczą one głównie instytucji edukacyjnej, jaką jest szkoła, jednak w dobie współczesnych, dynamicznych przemian związanych z niepowstrzymaną ekspansją mediów elektronicznych i multimediiów powinna również dotyczyć wspólnoty rodzinnej.

Wspomniane trzy ścieżki realizacji edukacji medialnej dotyczą kształcenia o mediach, kształcenia przez media oraz kształcenia dla mediów. **Kształcenie o mediach** jest związane ze zdobywaniem podstawowej wiedzy o mediach, ich

<sup>5</sup> M. Lisowska-Magdziarz, *Wyzwania i dylematy pedagogiki medialnej*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Wyzwania pedagogiki medialnej. Nowe perspektywy XXI wieku*, Olsztyn 2001.

<sup>6</sup> M. Przetacznik-Gierowska, *Nauczanie i wychowanie a rozwój jednostki*, (w:) Z. Włodarski (red.), *Psychologia wychowawcza*, Warszawa 1994; M. Sokołowski, *Media, edukacja, globalizacja*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria – praktyka – oddziaływanie*, Olsztyn 2003; A. Kołodziejczyk, *Kiedy dziecko rozpoczyna edukację medialną?*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa Generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.

<sup>7</sup> J. Gajda, B. Siemieniecki (red.), *Pedagogika medialna*, t.1, 2, Warszawa 2007; J. Gajda, S. Juszczyk, B. Siemieniecki, K. Wenta, *Edukacja medialna*, Toruń 2003; W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1998, 2000.

<sup>8</sup> S. Dylak, *Edukacja medialna w szkole. O mediach, przez media, dla mediów*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1997, s. 472; W. Strykowski, *Media w edukacji; kierunki prac badawczych*, „Edukacja Medialna” 1998, nr 2.

rodzajach, historii, mechanizmach ich oddziaływania oraz instrumentalnej umiejętności obsługi sprzętu. Ten aspekt wydaje się podstawową i konieczną fazą edukacji medialnej. **Kształcenie przez media** jest realizowane z wykorzystaniem mediów, które stanowią źródło informacji wspomagające proces zdobywania umiejętności i kształtowania postaw. Wyraźnie akcentowane w tej płaszczyźnie zadanie realizacyjne dotyczy poznawania przez odbiorcę rzeczywistości (np. biologicznej, geograficznej, historycznej, społecznej, kulturowej i in.) na podstawie odbieranych przez niego przekazów medialnych i multimedialnych<sup>9</sup>. Kształcenie w tym wymiarze powinno zatem sprzyjać nabywaniu umiejętności posługiwania się mediami oraz świadomej postawy ich użytkowania. Trzecia ścieżka edukacji medialnej dotyczy **kształcenia dla mediów**. Ten wymiar edukacji jest związany z poznaniem języka mediów i wykorzystywaniem mediów do wspierania rozwoju intelektualnego, twórczości oraz tworzenia własnych komunikatów medialnych. Ze względu na interaktywność szczególne miejsce zajmuje tu komputer oraz Internet, które są uważane za narzędzia służące do rozwiązywania problemów, wspierania twórczości graficznej, muzycznej, literackiej i innej<sup>10</sup>. Ten element kształcenia powinien przygotować człowieka do życia w medialnym świecie<sup>11</sup>.

Współcześnie zatem edukację medialną należy interpretować jako „praktyczną stronę pedagogiki medialnej, klucz do zrozumienia i konstruowania znaczeń w rzeczywistości zdominowanej przez kulturę medialną”<sup>12</sup>, do przyswajania i odczytywania nowoczesnych hipertekstów<sup>13</sup>. W literaturze przedmiotu obecnie mocno jest akcentowany aspekt „przygotowania do właściwego (krytycznego) odbioru mediów jako narzędzi przekazu informacji oraz kształtowania systemu wartości, postaw; przygotowanie do posługiwania się mediami jako narzędziami pracy intelektualnej (własnego rozwoju) i pracy zawodowej (powierzanie mediom niektórych czynności); przygotowanie do racjonalnego korzystania z mediów jako instrumentów zabawy i rozrywki; przygotowanie do korzystania z mediów jako narzędzi komunikacji społecznej”<sup>14</sup>. Istotą edukacji medialnej jest zatem uczenie się

<sup>9</sup> Patrz prace: J. Morbitzer, *Edukacja wspierana komputerowo a humanistyczne wartości pedagogiki*, Kraków 2007; J. Gajda, B. Siemieniecki (red.), *Pedagogika medialna*, t.1, 2, Warszawa 2007; S. Juszczak, *Konstruktywistyczne i kognitywistyczne koncepcje nauczania wspomaganego komputerem oraz uczenia się z wykorzystaniem Internetu*, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1.

<sup>10</sup> A. Mitas (red.), *Media i edukacja w aspekcie globalizacji*, Cieszyn 2003.

<sup>11</sup> J. Morbitzer, *W stronę integracji edukacji informatycznej i medialnej*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.

<sup>12</sup> W. Osmańska-Furmanek, M. Furmanek, *Pedagogika mediów*, (w:) B. Śliwerski (red.), *Pedagogika*, t. 3, Gdańsk 2006, s. 298.

<sup>13</sup> M. Miczka-Pajestka, *Edukacja medialna – edukacja nowomediowa – edukacja postmedialna*, Olsztyn 2004.

<sup>14</sup> W. Osmańska-Furmanek, M. Furmanek, *Pedagogika mediów*, (w:) B. Śliwerski (red.), *Pedagogika*, t. 3, dz. cyt., s. 299; W. Osmańska-Furmanek, M. Furmanek, *Edukacja medialna i informatyczna pedagogów*,

świadomego i krytycznego odbioru mediów, posługiwania się nimi jako narzędziami pracy<sup>15</sup>. Edukacja audiowizualna stanowi swoiste przygotowanie do uczestnictwa w kulturze, rozumianego jako uczestnictwo świadome i selektywne<sup>16</sup>.

Generalnie jednak należy stwierdzić za klasykiem polskiej humanistyki Ireną Wojnar, że celem edukacji medialnej, wśród wielu innych zadań, jest umacnianie roli kultury jako źródła rzeczywistości stwarzanej przez ludzi oraz wzbogacanie w wymiarze humanistycznym wszystkich działań człowieka<sup>17</sup>. Tak rozumiana edukacja medialna stanowi integralną część nowocześnie pojmowanej edukacji kulturalnej<sup>18</sup>, obejmującej wszelkie działania intencjonalne, przybliżające określone dobra, wartości konkretnym osobom, zarówno dzieciom, młodzieży, jak również dorosłym<sup>19</sup>, a także określone działania wzmacniające procesy samoedukacji, samokształcenia i samowychowania.

W tym humanistycznym sensie **rodzinną edukację medialną** należy interpretować jako permanentny, rozpoczynający się od najmłodszych lat życia dziecka proces jego przygotowywania do racjonalnego korzystania z mediów elektronicznych, realizowany w sposób spontaniczny, w naturalnych sytuacjach życia rodzinnego. Jest to proces opierający się na spontanicznym uczeniu się przez dziecko (głównie przez obserwację i zapamiętywanie) wzorów zachowań, wzorów korzystania z mediów obecnych w domu rodzinnym<sup>20</sup>. Edukacja medialna to również działania intencjonalne, podejmowane zarówno w domu, jak i w środowisku pozadomowym, zmierzające do tworzenia sytuacji wychowawczych, dzięki którym dziecko, ale również pokolenie rodziców i dziadków stopniowo, ale systematycznie zdobywa kompetencje medialne<sup>21</sup>.

---

„Edukacja” 2002, nr 2; J. Gajda, S. Juszczak, B. Siemieniecki, K. Wenta, *Edukacja medialna*, dz. cyt.; W. Strykowski, *Pedagogika i edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, (w:) S. Juszczak (red.), *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, Toruń 2002.

<sup>15</sup> Zob. W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1997; 1998; 2000; W. Strykowski, *Media w edukacji: kierunki prac badawczych*, dz. cyt.

<sup>16</sup> E. Nurczyńska-Fidelska, B. Parniewska, E. Popiel-Popiołek, H. Ulińska, *Film w szkolnej edukacji humanistycznej*, Warszawa 1993.

<sup>17</sup> I. Wojnar, *Samowychowanie – humanistycznym wyborem człowieka*, (w:) D. Jankowski (red.), *Edukacja kulturalna w życiu człowieka*, Kalisz 1999.

<sup>18</sup> D. Jankowski, *Edukacja wobec zmiany*, Toruń 2004; Z. Melosik, *Mass media, edukacja i przemiany kultury współczesnej*, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1.

<sup>19</sup> S. Dylak, *Kompetencje medialne jako ważny nurt w edukacji humanistycznej*, (w:) W. Strykowski, W. Skrzydlewski (red.), *Kompetencje medialne w społeczeństwie wiedzy*, Poznań 2004.

<sup>20</sup> J. Konieczna, *Telewizja – medium wychowujące czy technika? Refleksje nad dziedziną edukacji medialnej w kształceniu wczesnoszkolnym*, (w:) D. Klus-Stańska, M. Suświłło (red.), *Dylematy wczesnej edukacji*, Olsztyn 1998.

<sup>21</sup> J. Izdebska, *Rodzinną edukacją medialną dziecka*, (w:) W. Strykowski, W. Skrzydlewski (red.), *Kompetencje medialne w społeczeństwie wiedzy*, Poznań 2004; J. Izdebska, *Edukacja medialna wyzwaniem pedagogicznym*, (w:) J. Gajda, J. Izdebska (red.), *Kultura – wartości – kształcenie wobec wyzwań i zagrożeń XXI wieku*, Suwałki 2004.

Niejednokrotnie w treści tej pracy podkreślałem, że proces wprowadzania dzieci w świat wartości, kultury, przygotowywania ich do uczestnictwa w różnych formach życia kulturalnego rozpoczyna się w rodzinie<sup>22</sup>. Procesy rodzinnej socjalizacji i wychowania przebiegające w naturalnych sytuacjach życiowych systematycznie i ciągle, od pierwszych lat życia dziecka, mają wpływ na jego rozwój intelektualny, poznawanie otaczającej rzeczywistości, społeczeństwa, kultury. Obecnie nie należy również bagatelizować funkcji, jakie pełnią w tym zakresie media elektroniczne i multimedia. Należy zatem stawiać pytania o istotę rodzinnej edukacji medialnej, zadania, jakie powinna ona spełniać oraz sposoby i formy jej realizacji.

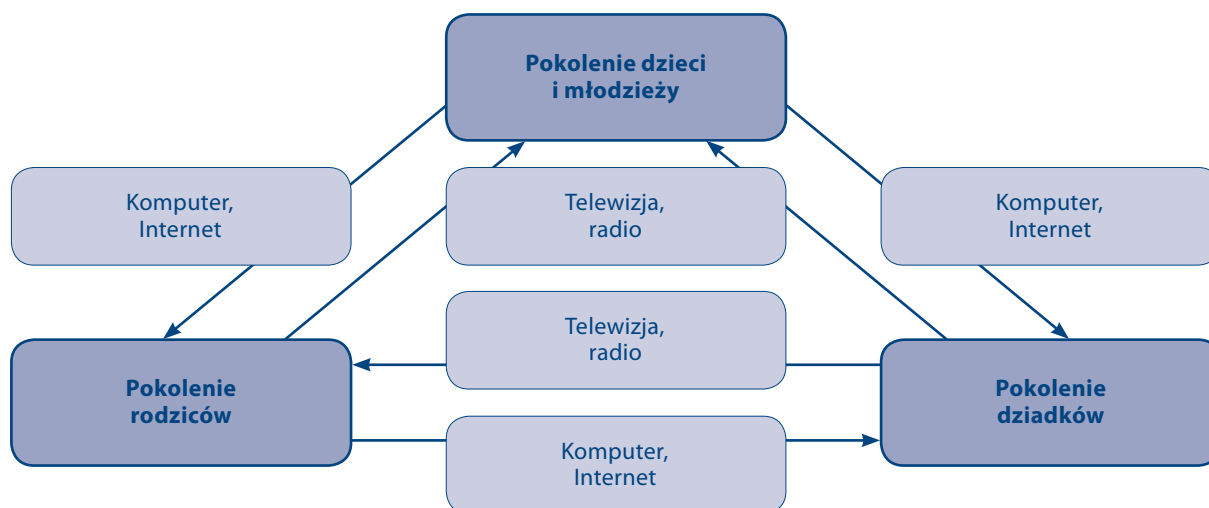
Media elektroniczne, stale, codziennie są obecne w przestrzeni życiowej badanych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich. Zarówno pokolenie dzieci i młodzieży, jak i rodziców i dziadków poświęca na korzystanie z nich duży wymiar swego czasu wolnego. W dodatku korzystanie z telewizji (również z radia) jest najczęstszym sposobem spędzania czasu wolnego przez badanych. Pomimo dominacji mediów elektronicznych w przestrzeni życiowej badanych generacji, w rodzinach tych przebiegają równolegle dwa rodzaje oddziaływań: bezpośrednie relacje między członkami rodziny oraz relacje pośrednie przez kontakt z mediami elektronicznymi. Istotne jest, czy te dwa rodzaje stałych wpływów i oddziaływań w wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej nawzajem się uzupełniają czy wykluczają? Jaki jest udział pokolenia rodziców i dziadków w przygotowywaniu pokolenia dzieci i młodzieży do racjonalnego, świadomego korzystania z mediów? Jakie kompetencje medialne mają uczestnicy kultury audiowizualnej? Jaki jest udział pokolenia dzieci i młodzieży w „oswajaniu” starszych generacji z nowościami technicznymi, z coraz to nowszymi generacjami komputerów oraz nieograniczonymi możliwościami sieci internetowej? Stwierdzić należy, że badania empiryczne dotyczące rodzinnej edukacji medialnej nie są podejmowane zbyt często. Z tego też względu wiedza dotycząca udziału rodziców oraz dziadków w procesie nabywania kompetencji medialnych przez ich dzieci, wnuki jest fragmentaryczna, niepełna.

Sądzę, że w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich ważnym etapem rodzinnej edukacji medialnej jest przybliżenie dzieciom przez rodziców i dziadków historii mediów (głównie radia i telewizji) w ich rodzinach. Historia ta powinna zawierać opis sytuacji związanych z pojawieniem się pierwszych urządzeń tego typu w gospodarstwach domowych, klubach, świetlicach, powinna opisywać niepowtarzalną atmosferę podczas wspólnego odbioru audycji radiowych lub programów telewizyjnych. Starsze generacje, odwołując się do przeszłości, powinny zapoznać pokolenie młode z funkcjami, jakie media wówczas pełniły. Ukazanie obecności radia i telewizji w przeszłości rodziców i dziadków uświadomiłoby

<sup>22</sup> K. Ferenz, *Wprowadzenie dzieci w kulturę*, Wrocław 1993.

dzieciom, że urządzenia te nie są wymysłem współczesności, że ich rodzice i dziadkowie również z nich korzystali i podobnie jak oni, czerpali z nich wielorakie korzyści. Ponadto konieczne wydaje się dzisiaj „oswojenie” pokolenia średniego i starszego, z takimi mediami jak komputer czy Internet (schemat 19). W tym przypadku rolę „edukatorów” pełnić powinny dzieci i młodzież, które potrafią posługiwać się multimediami. Ich zadaniem byłoby wyjaśnienie rodzicom i dziadkom podstaw funkcjonowania takich urządzeń, jak komputer i Internet, możliwości ich wykorzystywania, podstawowej obsługi. Jest to przykład realizacji kultury prefiguratywnej.

Schemat 19. Międzypokoleniowy wymiar kształcenia o mediach



Źródło: opracowanie własne

Rodzina powinna tworzyć takie warunki i sytuacje, które sprzyjałyby realizacji **zadań stojących przed rodzinną edukacją medialną**, zmierzające przede wszystkim do kształtowania przez dziecko postawy selektywnego wyboru oraz aktywnego i krytycznego odbioru treści przekazów medialnych. Pokolenie rodziców (ale również i dziadków) powinno wyrabiać w dziecku umiejętność rozumienia i interpretacji odbieranych treści przekazów medialnych i multimedialnych<sup>23</sup>. Naturalne jest, że wymaga to od dorosłych należytej troski o racjonalny wymiar czasu, częstotliwość, porę odbioru przekazów medialnych, rodzaj i ich tematykę. Ze względu na charakter wykonywanej pracy, zarówno rodzice, jak i dziadkowie z powodu zmęczenia, braku czasu, zaabsorbowania problemami codzienności nie kontrolują w sposób wystarczający poczynania medialnych pokolenia dzieci i młodzieży,

<sup>23</sup> J. Gajda, B. Siemieniecki (red.), *Pedagogika medialna*, t. 1, 2, dz. cyt.; J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych. Teoria, badania, edukacja medialne*, Białystok 2007; J. Gajda, S. Juszczak, B. Siemieniecki, K. Wenta, *Edukacja medialna*, dz. cyt.; W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, dz. cyt.; S. Juszczak, I. Polewczyk (red.), *Media wobec wielorakich potrzeb dziecka*, dz. cyt.

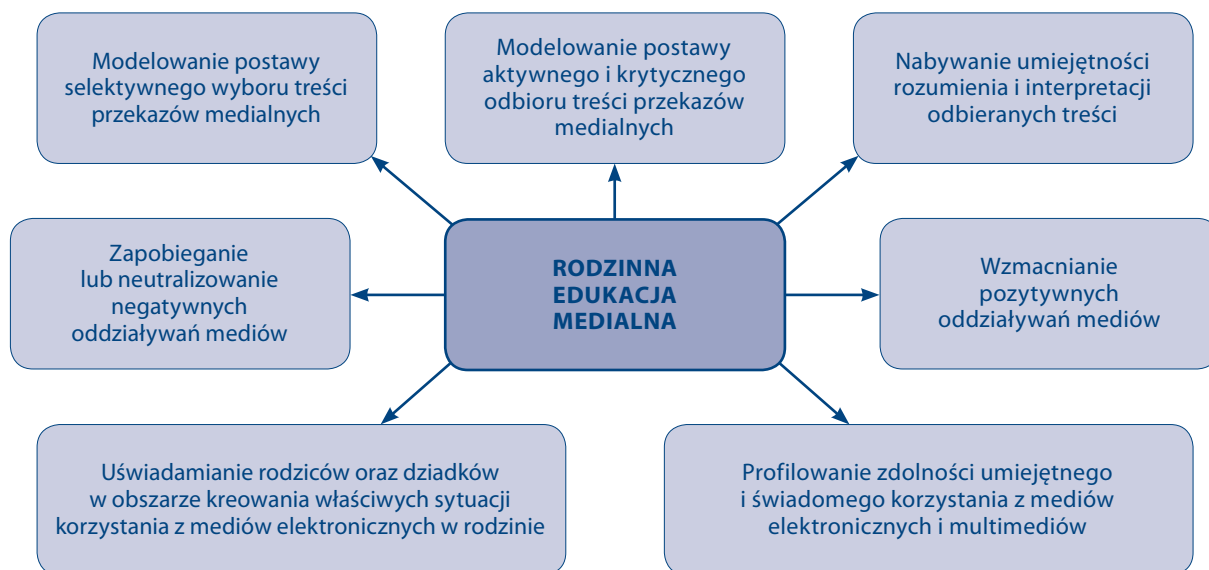
a wielu z nich nie widzi potrzeby specjalnego przygotowywania dzieci do odbioru telewizji, korzystania z radia bądź z multimedków. Dorosłe generacje w sporadycznych przypadkach (częściej rodzice) są zainteresowane funkcjonowaniem mediów elektronicznych w ich rodzinach. Ich poziom kompetencji medialnych na ogół jest niski (o czym świadczy liczba rodziców i dziadków korzystających z komputera i Internetu), dlatego też nie stanowią oni wsparcia, pomocy dla ich dzieci, wnuków w uzyskiwaniu kompetencji medialnych związanych z korzystaniem z multimedków. Jest to sytuacja dość trudna dla dziecka wiejskiego, ponieważ punkt wyjścia w kształtowaniu postaw wobec uczestnictwa w kulturze audiowizualnej jest uwarunkowany wzorami korzystania z mediów dostępnymi w jego najbliższym środowisku, prezentowanymi przez pokolenie rodziców i dziadków. Należy zatem podejmować wysiłek edukacyjny, który służyć będzie wyrabianiu zdolności umiejętnego i świadomego korzystania z mediów elektronicznych i multimedków. Należy pamiętać, że odbiór treści medialnych ma głównie charakter odbioru rodzinno-domowego<sup>24</sup>, tym większa więc jest odpowiedzialność rodziców, dziadków za kształtowanie prawidłowych relacji dziecko–media. Zarówno rodzice, jak i dziadkowie, nie mogą pozostawać obojętni wobec tego, czego słuchają i co oglądają ich dzieci, wnuki, tym bardziej że w odniesieniu do dzieci najmłodszych, ich doświadczenia medialne mają na ogół charakter przypadkowy i nieuporządkowany. Z tego też względu rola starszych generacji we wzmacnianiu pozytywnych oddziaływań mediów lub neutralizowaniu negatywnych, jest nieoceniona. Nieracjonalne korzystanie z mediów elektronicznych przez domowników redukuje czas poświęcony na rozmowy, czytanie książek, wspólne „twórcze przebywanie”. Taka sytuacja wydaje się niezwykle groźna dla kontaktów emocjonalnych między poszczególnymi generacjami, ich kontaktów społecznych oraz funkcjonowania wychowawczego rodziny.

---

<sup>24</sup> A. Kumor, *W stronę telewizji*, Wrocław 1988; J. Izdebska, *Rodzina. Dziecko. Telewizja. Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, Białystok 1995.



Schemat 20. Zadania rodzinnej edukacji medialnej



Źródło: opracowanie własne

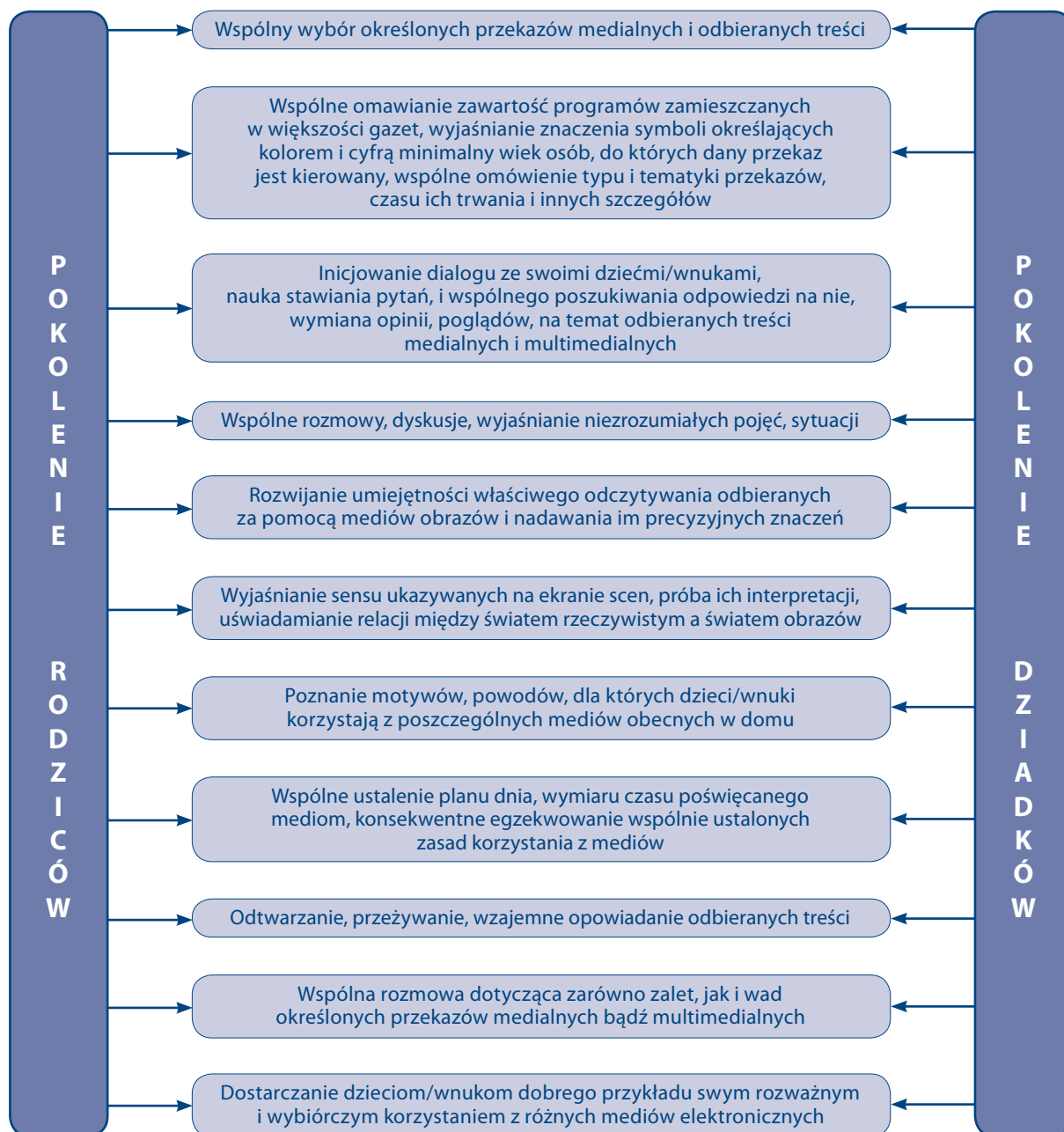
Za niezbędne uznać więc należy działania zmierzające do uświadamiania rodziców oraz dziadków w obszarze kreowania właściwych sytuacji korzystania z oferty programowej telewizji i innych mediów elektronicznych oraz zagadnień związanych z kształtowaniem pożądanых postaw względem odbieranych przekazów medialnych i multimedialnych<sup>25</sup>. Doniosłe są zatem zadania stojące przed rodziną edukacją medialną, edukacją zmierzającą do uzyskiwania przez członków rodziny kompetencji medialnych, to jest umiejętności świadomego, krytycznego odbioru przekazów medialnych, umiejętności sprawnego posługiwania się mediami jako narzędziami działalności intelektualnej<sup>26</sup>.

Uważam, że jednym z podstawowych **elementów realizacji rodzinnej edukacji medialnej** jest wspólny wybór określonych przekazów medialnych i odbieranych treści. Można wykorzystać w tym celu na przykład siatkę programów telewizyjnych zamieszczanych w większości popularnych gazet. Ważne jest, aby razem z dzieckiem wspólnie omawiać ich zawartość, wyjaśnić znaczenie symboli określających kolorem i cyfrą minimalny wiek osób, do których dany przekaz jest kierowany, typ przekazów, czas ich trwania i inne szczegóły. Uczy to świadomego wyboru określonych przekazów medialnych dzięki jasnym kryteriom. Zarówno rodzice, jak i dziadkowie powinni inicjować dialog ze swoimi dziećmi, wnukami, uczyć stawiania pytań, poszukiwania odpowiedzi, wymiany opinii, poglądów, ukierunkowywać proces recepcji treści przekazów medialnych.

<sup>25</sup> J. Kwiek, *Kto się boi „Miasteczka South Park”?*, „Edukacja Medialna” 2000, nr 4.

<sup>26</sup> W. Strykowski, W. Skrzydlewski (red.), *Kompetencje medialne w społeczeństwie wiedzy*, Poznań 2004.

Schemat 21. Realizacja zadań rodzinnej edukacji medialnej



Źródło: opracowanie własne

Podkreślić należy doniosłość wspólnych rozmów, dyskusji, wyjaśnień niezrozumiałych pojęć, sytuacji, tym bardziej że przeprowadzone badania wskazały wyraźnie na to, że treści odbierane przez najmłodszych stają się dla nich źródłem lęku, obaw o bezpieczeństwo rodziny, o przyszłość. Wysoki stopień nasycenia obrazów medialnych przemocą, agresją, zabójstwami, erotyką wymaga od starszych generacji podjęcia aktywności w kierunku kształtowania umiejętności właściwego odczytywania tego typu obrazów i nadawania im precyzyjnych znaczeń. Istotne jest zatem, aby osoby dorosłe wyjaśniały sens ukazywanych na ekranie scen, sposób ich interpretacji, relacji między światem rzeczywistym a światem obrazów.

Jak twierdzi Jadwiga Izdebska, jest to ważne wyzwanie edukacyjne, zważywszy na to, że wraz z zastosowaniem technik cyfrowych obrazy w coraz większym stopniu będą efektem montażu komputerowego<sup>27</sup>. Ucząc dzieci korzystania z telewizji i innych mediów elektronicznych, ważne jest, aby rozmawiać z nimi, wspólnie dokonywać wyboru programów, wspólnie podejmować decyzje, czuwać i dyskretnie kontrolować, być obecnym w ich codziennym obcowaniu z mediami.

Literatura przedmiotu nie dostarcza gotowych wskazówek, instrukcji dotyczących kształcenia przez media i do mediów. Można jedynie wskazać na pewne zasady, reguły, które mogłyby wspierać rodziców i dziadków w wypracowaniu własnego stylu wychowania w kontekście miejsca i roli mediów w życiu dziecka i całej rodziny<sup>28</sup>. Dotyczyłyby one poznania motywów, powodów, dla których dzieci korzystają z poszczególnych mediów obecnych w domu, ustalenia planu dnia, wymiaru czasu poświęcanego mediom, konsekwentnego stosowania zasady „najpierw obowiązki, a potem telewizja, komputer, Internet”, a także wspólnego odbioru przekazów medialnych i multimedialnych, zachowania w trakcie odbioru, odtwarzania, przeżywania, wzajemnego opowiadania odbieranych treści. Podstawowym jednak narzędziem edukacji jest podjęcie relacji bezpośredniej – otwartej, szczerzej rozmowy o wszystkim i na każdy temat. Ważne jest, aby we wspólnej rozmowie zarówno rodzice, jak i dziadkowie oraz dzieci potrafili dostrzegać zarówno zalety, jak i wady określonych przekazów medialnych bądź multimedialnych, z których korzystają.

Dorośli powinni interesować się również tym, co dziecko robi przy komputerze, w Internecie. Dane otrzymane w trakcie badań wskazują na to, że tylko nieliczni rodzice wiedzą, w jakie gry komputerowe gra ich dziecko, jakie strony internetowe odwiedza. Dziadkowie nie mają orientacji w tym obszarze. Rodzice i dziadkowie powinni zatem wspólnie z dziećmi ustalić zasady, z jakich gier dzieci mogą korzystać, a które z gier są dla nich niedozwolone i dlaczego. Przede wszystkim zaś rodzice i dziadkowie powinni dawać dzieciom i młodzieży dobry przykład swym rozważnym i wybiórczym korzystaniem z różnych mediów elektronicznych<sup>29</sup>.

Osobną kategorię stanowi problematyka korzystania przez dzieci i młodzież z Internetu. W dobie wielu, powszechnie znanych niebezpieczeństw obecnych w sieci Internetu, rodzice, również dziadkowie, powinni zwrócić dziecku szczególną uwagę na przestrzeganie zasad bezpiecznego poruszania się w sieci WWW: posługiwania się tzw. nickiem (pseudonimem sieciowym), nieujawniania jakichkolwiek

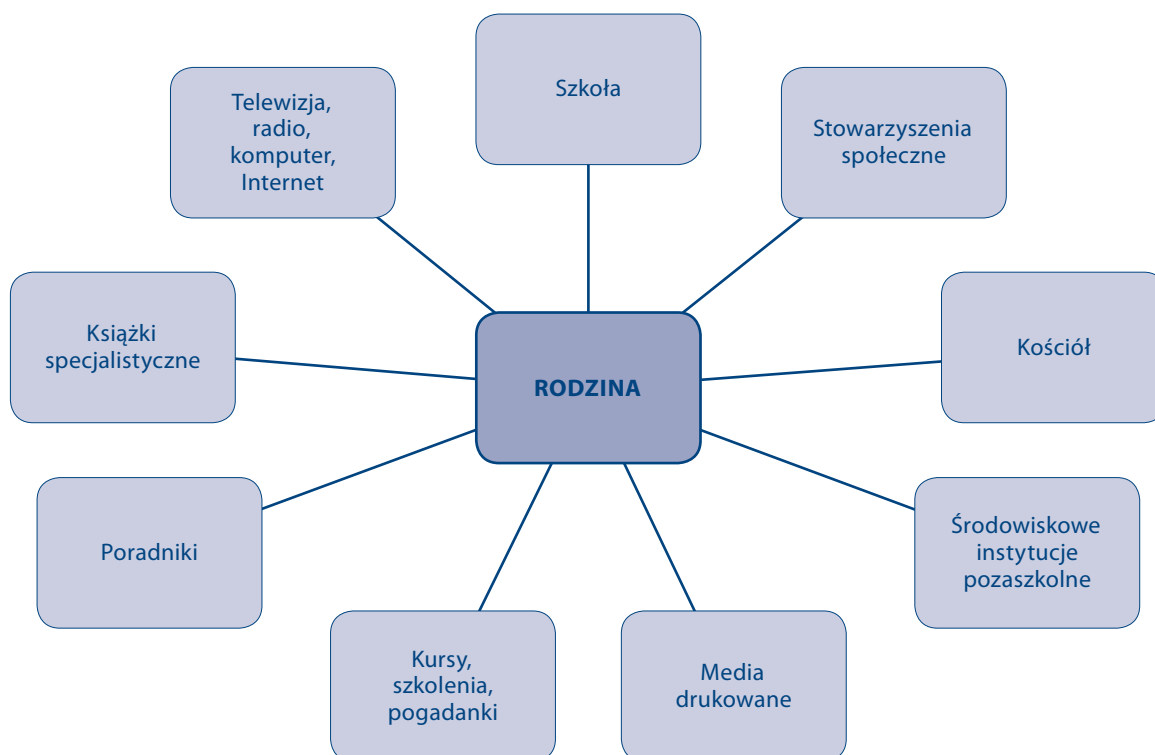
<sup>27</sup> J. Izdebska, *Dziecko w świecie mediów elektronicznych...*, dz. cyt.

<sup>28</sup> J. Anderson, R. Wilkins, *Żegnaj telewizorku: jak nauczyć swoją rodzinę rozsądnie korzystać z telewizora, gier komputerowych i Internetu*, Warszawa 2000.

<sup>29</sup> M. Więczkowska, *Komputer w rodzinie – wyzwaniem dla edukacji medialnej*, „Edukacja Zdrowotna” 2006, nr 4.

informacji osobistych dotyczących wieku, adresu, numeru telefonu etc., przestrzeganie zakazu spotykania się z osobami poznanymi w sieci bez wiedzy dorosłych członków rodziny<sup>30</sup>. W skrajnych przypadkach dorośli mogą zainstalować oprogramowanie blokujące dostęp do treści niepożądanych.

Schemat 22. Rodzinna edukacja medialna wspierana przez inne podmioty



Źródło: opracowanie własne

Przedstawione drogi realizacji rodzinnej edukacji medialnej ilustrują, w jaki sposób nieformalne sytuacje wewnątrzrodzinne w kontekście korzystania domowników z mediów elektronicznych przyczyniają się do zdobywania wiedzy medialnej i kompetencji medialnych. W realizacji zadań edukacji medialnej współczesna rodzina wiejska powinna jednak być wspomagana przez inne instytucje środowiskowe takie, jak szkoła, stowarzyszenia społeczne, środowiskowe instytucje pozaszkolne, Kościół. Również media drukowane, organizowane kursy, szkolenia, pogadanki, ale także telewizja, radio, strony internetowe, poradniki, książki specjalistyczne powinny dostarczać odpowiedniej, fachowej, a czasami poradnikowej wiedzy dotyczącej mediów i sposobów korzystania z nich. Widoczna jest tu zatem potrzeba działań intencjonalnych podejmowanych zarówno w domu, jak i w środowisku pozadomowym, zmierzających do tworzenia sytuacji wychowawczych, dzięki którym dzie-

<sup>30</sup> [www.microsoft.com/poland/athome/security/children/kidsonlinetips](http://www.microsoft.com/poland/athome/security/children/kidsonlinetips).

cko stopniowo, ale systematycznie zdobywa kompetencje medialne<sup>31</sup>. Członkowie rodziny przez różne formy, metody wychowania rodzinnego, przez udzielanie odpowiednich wskazówek, pomocy w trafności oceny medialnych komunikatów czy sytuacji, realizują wobec siebie rodzinną inkulturację medialną. Efekt podejmowanych wysiłków edukacyjnych ma na celu wskazanie, w jaki sposób można być podmiotem, a nie tylko przedmiotem działalności medialnej. Jest to zadanie niezmiernie trudne w wielopokoleniowej rodzinie wiejskiej, ale w obliczu cywilizacji XXI wieku – konieczne.

---

<sup>31</sup> A. Kołodzieczyk, *Kiedy dziecko rozpoczyna edukację medialną?*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.

# Zakończenie

Celem badań podejmowanych w obrębie różnych nauk, które opierają się na badaniach empirycznych, jest naukowe poznanie badanej rzeczywistości<sup>1</sup>. Eksploracje te przyczyniają się do poznania uwarunkowań i prawidłowości badanych zjawisk i procesów, a tym samym do poszerzenia zarówno poznawczych, jak i praktycznych możliwości nauk społecznych. Przedmiotem podjętych przeze mnie badań były media elektroniczne, zwane mass mediami (telewizja, radio), oraz multimedia (komputer, Internet) w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich. Przedmiot badań dotyczył „obrazu” uczestnictwa trzech generacji tych rodzin (młodej, średniej i starszej) w kulturze audiowizualnej. Z tak sformułowanego przedmiotu badań wynikała konieczność poznania zakresu i częstotliwości korzystania z mediów elektronicznych i multimedialnych oraz korzyści, jakie badani czerpią z recepcji treści przekazów medialnych lub multimedialnych. Ważnym obszarem poznawczym w dobie procesów transformacji systemowej i globalizacji było ustalenie, czy i w jakim stopniu nowe media, z których korzystają badani, umożliwiają im poznawanie oraz ocenę dokonujących się wydarzeń i przemian w Polsce, Europie i na świecie. Pozwoliło to na wykrycie i określenie międzygeneracyjnych podobieństw i różnic w obszarze uczestnictwa badanych w kulturze audiowizualnej, opracowanie typów wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kontekście wspomnianej aktywności oraz typów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej występujących w badanych rodzinach. W obliczu dynamicznych zmian dotyczących struktury, funkcjonowania współczesnych wielopokoleniowych rodzin wiejskich, kształtu wzajemnych relacji wewnątrzrodzinnych w kontekście niepowstrzymanej ekspansji mediów elektronicznych i multimedialnych, eksploracji naukowej poddałem pewien fragment rzeczywistości społeczno-kulturowej, ciągle ewoluującej na skutek procesów transformacyjnych oraz o zasięgu globalnym.

Konfrontacja otrzymanego w trakcie badań materiału empirycznego z założeniami metodologicznymi oraz teoriami i koncepcjami przyjętymi w tej pracy,

---

<sup>1</sup> J. Sztumski, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Katowice 1995.



a przede wszystkim przeprowadzona analiza ilościowa i jakościowa danych, pozwala na przedstawienie końcowych wniosków empirycznych.

1) Pomimo tego, że media elektroniczne (głównie telewizja) zdominowały inne sposoby spędzania czasu wolnego, to jednak wyniki przeprowadzonych badań wskazują na to, że poszczególne generacje na równym poziomie **cenią sobie relacje bezpośrednie**. Zarówno w pokoleniu dzieci i młodzieży, jak i ich rodziców oraz dziadków wspólne, rodzinne rozmowy zajmują wysoką pozycję (po oglądaniu programów telewizyjnych) wśród sposobów spędzania czasu wolnego. Badane pokolenia poświęcają sobie wiele uwagi, a **ilość czasu wolnego spędzanego wspólnie**, zarówno w dzień powszedni, jak i sobotę oraz niedzielę, przekracza wymiar 3 godzin. Świadczy to o silnych więziach międzypokoleniowych w badanych rodzinach. W kontekście uczestnictwa w kulturze audiowizualnej jest to cenne, gdyż kontakty wewnątrzrodzinne, spontaniczne, naturalne, na których opiera się oddziaływanie wychowawcze rodziny, uczą oceny odbieranych treści medialnych i multimedialnych, dają szansę rozmowy, wzajemnego wyjaśnienia niezrozumiałych kwestii. Poza tym bezpośrednie relacje wewnątrzrodzinne są również warunkiem koniecznym międzygeneracyjnej transmisji kultury.

W badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich **pielęgowanych jest wiele tradycji** związanych z życiem rodzinnym, świętami religijnymi. Zarówno rodzice, jak i dziadkowie **przekazują wiedzę** dzieciom/wnukom z różnych dziedzin. Wewnątrzrodzinna transmisja kultury jest również związana z **przekazem wartości** humanistycznych, ogólnoludzkich. Podkreślić należy, że są to działania realizowane bez udziału instytucji i pojawiające się na płaszczyźnie nieformalnych kontaktów społecznych. **Sporadycznie natomiast pielęgowane są zwyczaje związane z obchodami świąt lokalnych**. Pomimo tego, że poszczególne generacje mieszkają razem, spędzają ze sobą czas wolny, to jednak **nie przejawiają wielu wspólnych zainteresowań**. W tym kontekście podział międzygeneracyjny wyraźnie zaznacza się między pokoleniem młodym i starszym. W badanych rodzinach dochodzi do swoistej eksplozji indywidualizmu poszczególnych jej członków. Stanowi to charakterystyczną cechę rodziny w perspektywie ponowoczesności i świadczy o **występowaniu cech prefiguratywnego typu kultury**.

Sposoby spędzania czasu wolnego w badanych rodzinach wiejskich nie zależą w sposób istotny statystycznie od cech demograficznych badanych generacji, ich sytuacji społecznej, a także materialno-bytowych warunków egzystencji badanych rodzin. Można stwierdzić jedynie pewne tendencje. Ze względu jednak na ubogą infrastrukturę instytucjonalno-organizacyjną badanego środowiska lokalnego wiejskiego, badane generacje swój czas wolny spędzają głównie **w gronie najbliższej rodziny**.

2) W odniesieniu do starszych generacji zauważalna jest minimalizacja zajęć o charakterze kreatywnym w dziedzinie artystycznej, technicznej, turystyki,

sportu i rekreacji fizycznej. Badani rodzice i dziadkowie nie podejmują (lub czynią to bardzo sporadycznie) aktywności związanej z pozadomowymi sposobami spędzania czasu wolnego. Odwiedzanie takich instytucji jak kino, teatr, muzeum czy filharmonia w badanych rodzinach ma charakter okazjonalny. Generację dziadków charakteryzuje pełna absencja w odniesieniu do teatru, muzeum oraz filharmonii. Rodzice odwiedzają te instytucje bardzo rzadko. Przyczyną rzadkich kontaktów starszych generacji z instytucjami kultury jest pogorszenie się dostępności mieszkańców wsi do tego typu placówek, brak czasu wolnego, co związane jest z codzienną, żmudną pracą w gospodarstwie rolnym, a przede wszystkim wynika z braku wzorów takiej formy spędzania czasu wolnego w ich dzieciństwie oraz młodości. Pokolenie młode znacznie częściej niż rodzice i dziadkowie korzysta z ofert instytucji kultury.

Stosując odpowiednią procedurę weryfikacji danych, wyróżniłem trzy **poziomy uczestnictwa w kulturze (poza kulturą audiowizualną)**: wysoki, średni i niski. Wymienione poziomy rozpatrywałem w kontekście aktywności kulturalnej badanych związanej z przekazem kultury (zajęcia o charakterze rodzinnym, indywidualno-kameralnym oraz widowiskowym) oraz ich aktywności społecznej, rekreacyjnej. Poziom wysoki uczestnictwa w kulturze reprezentuje tylko pokolenie dzieci i młodzieży, ale jedynie w odniesieniu do 2% badanych z tej grupy. Poziom średni prezentowany jest głównie przez pokolenie młodych (64%) oraz w znacznie mniejszym odsetku przez badanych rodziców i dziadków. Poziom aktywności kulturalnej określony jako niski dotyczy przede wszystkim pokolenia dziadków (85,2%) i rodziców (70,3%). W związku z powyższym, badani poszukują pewnych form kompensacji potrzeb niezaspokojonych w obszarze ich aktywności związanej z przekazem kultury, a także aktywności społecznej, rekreacyjnej. Wyrównywanie to zachodzi podczas korzystania z mediów elektronicznych (telewizji, radia) i multimediiów (komputera, Internetu).

3) Czynności związane z **używaniem mediów elektronicznych** zajmują wysoką pozycję w hierarchii ulubionych sposobów spędzania czasu wolnego przez badanych. Wszystkie badane generacje w czasie wolnym najczęściej korzystają z **telewizji**, co jest związane z jej powszechnością, dostępnością oraz różnorodną ofertą programową. **Radio** jest medium cenionym wyżej przez generacje dorosłe niż młoda, co jest efektem swoistej „naturalnej” obecności tego medium w przestrzeni życiowej starszego pokolenia. Korzystanie przez badanych w czasie wolnym z **komputera i Internetu** zajmuje pozycje bardziej odległe w porównaniu z telewizją i radiem. Znacznie wyższa (w porównaniu z pokoleniem rodziców i dziadków) częstotliwość korzystania przez młodych z komputera i Internetu jest efektem obcowania z tymi mediami zarówno w domu rodzinnym, jak i w szkole, w domu u kolegi, koleżanki. Rodzice i dziadkowie (jeden senior) korzystają z multimediiów sporadycznie.

Barierę stanowią tu kwestie natury technicznej, ale także czynniki indywidualne, związane z brakiem zainteresowań multimedialnych oraz z niskimi kompetencjami medialnymi, tj. brakiem wiedzy na temat możliwości komputera i Internetu (najczęściej utożsamianych wyłącznie z rozrywką) oraz brakiem umiejętności obsługi tych urządzeń. Z tego też względu rodzice i dziadkowie korzystający z komputera i Internetu najczęściej czynią to w obecność (przy pomocy) ich dzieci/wnuków.

Widoczny jest tu zatem **kontrast międzypokoleniowy (zwany podziałem cyfrowym) w zakresie korzystania przez badanych z multimediów (komputera i Internetu)**. Generacja średnia i starsza preferuje raczej „tradycyjne” media elektroniczne – telewizję i radio. Multimedia (komputer i Internet) natomiast traktowane są przez nich jako swoiste *novum*, nieosiągalne dla większości badanych rodziców i dziadków, głównie ze względu na brak odpowiednich kompetencji medialnych. Obecność określonych mediów w przestrzeni życiowej badanych generacji sprzyja większej częstotliwości korzystania z nich, ale jej nie determinuje. Jedynie w odniesieniu do pokolenia młodych oraz niektórych ich rodziców stwierdzić można słaby związek między pokoleniowością a częstotliwością korzystania z komputera ( $C_{kor}=0,38$ ) i Internetu ( $C_{kor}=0,31$ ). W przypadku komputera różnice są istotne statystycznie ( $p=0,0426$ ).

4) Media elektroniczne w coraz większym wymiarze angażują czas wolny zarówno dzieci i młodzieży, jak również ich rodziców oraz dziadków. Badane generacje najwięcej czasu wolnego poświęcają **telewizji**. W dzień powszedni odbiór przekazów telewizyjnych zajmuje im najczęściej od 2 do 3 i pół godziny, zaś w dni wolne od nauki szkolnej i pracy zawodowej (sobota, niedziela) – powyżej 4 godzin. Wyjątek stanowi pokolenie starsze, które codziennie przeznaczają na korzystanie z telewizji więcej niż 4 godziny. W odniesieniu do **radia** można zauważyć pewien constans, jeżeli chodzi o budżet czasu wolnego przeznaczany przez badanych na korzystanie z tego medium. Dzieci i młodzież każdego dnia na odbiór audycji radiowych przeznaczają nie więcej niż półtorej godziny. Badani rodzice i dziadkowie na codzienne słuchanie przekazów radiowych poświęcają od 2 do 3 i pół godziny. Zaznaczyć należy, że osoby korzystające z radia traktują przekazy radiowe jako swego rodzaju „tło” towarzyszące wykonywaniu różnych czynności dnia codziennego: nauki, pracy, przygotowywania posiłków. Sporadycznie natomiast używają radia z zamiarem wysłuchania określonej audycji.

Analiza statystyczna wykazała, że pokoleniowość różnicuje w sposób istotny statystycznie budżet czasu wolnego, jaki badani przeznaczają na korzystanie z telewizji i radia, natomiast nie różnicuje wymiaru czasu wolnego przeznaczanego przez nich na korzystanie z **komputera i Internetu** (najczęściej zamyka się on w wymiarze średnio od półtorej godziny do 2 i pół godziny dziennie). W tym przypadku można

jedynie stwierdzić o pewnych tendencjach wskazujących na nieco większy budżet czasu wolnego przeznaczanego przez dzieci i młodzież oraz niektórych ich rodziców na używanie multimediiów w niedzielę.

5) Zarówno różnice, jak i cechy wspólne o charakterze międzypokoleniowym widoczne są również w obszarze **zainteresowań medialnych** poszczególnych generacji, dotyczących preferowanych typów oraz tematyki odbieranych przekazów medialnych i multimedialnych. Cechą wspólną w kontekście upodobań **telewizyjnych** jest duża popularność seriali. Jest to ulubiony typ programów telewizyjnych odbieranych przez dzieci i młodzież oraz rodziców i dziadków. Regularne (prawie codzienne), wspólne oglądanie seriali, śledzenie losów ulubionych bohaterów sprzyja wspólnym rozmowom, wyciąganiu wniosków z sytuacji prezentowanych na ekranie telewizora.

O pewnych różnicach natomiast świadczy fakt, że zainteresowania telewizyjne badanych dzieci i młodzieży koncentrują się głównie na programach o charakterze rozrywkowym, ale też poznawczym. Upodobania telewizyjne większości dorosłych skupiają się zaś na programach o tematyce informacyjnej. Znamiennej cechą, wskazującą na międzypokoleniową różnicę w kontekście wybieranych typów przekazów telewizyjnych, jest wysoka preferencja filmów sensacyjnych, kryminalnych przez pokolenie młode, a wśród rodziców i dziadków programów publicystycznych. Preferencje tematyczne audycji **radiowych** z kolei odbieranych przez większość dzieci i młodzieży oraz ich rodziców związane są głównie ze słuchaniem muzyki. Seniorzy natomiast wolą religijną tematykę audycji radiowych.

Młodzi użytkownicy **multimediiów** wybierają treści o charakterze rozrywkowym (głównie gry komputerowe). Tylko pojedyncze osoby odbierają przekazy o tematyce informacyjnej, przyrodniczej bądź popularnonaukowej. Korzystając z Internetu, pokolenie młode najczęściej odwiedza popularne strony informacyjne, serwisy rozrywkowe, korzystają z komunikatora internetowego Gadu-Gadu. Dzieci i młodzież nie traktują zatem multimediiów jako narzędzia służącego zdobywaniu nowych informacji potrzebnych do szkoły, ale głównie jako źródło rozrywki. Rodzice i dziadkowie korzystający z komputera i Internetu (przeważnie w obecności dzieci/wnuków) preferują przede wszystkim treści o charakterze popularnonaukowym i informacyjnym.

6) Użytkownicy mediów kierują się określonymi **motywami**, oczekiwaniami, niezaspokojonymi potrzebami, które w kontakcie z mediami mają szansę być zrealizowane. Niewiele jest jednak osób, które potrafią sprecyzować swoje oczekiwania co do mediów, odbieranych treści i odczuwanych potrzeb kulturalnych. Świadczy to o tym, że tylko nieliczni badani korzystają z mediów w sposób świadomy, nastawieni są na określony cel, aktywnie poszukują w mediach określonych korzyści.

Użytkownicy **telewizji** (wszystkie pokolenia) korzystając z tego medium są nastawieni głównie na zaspokojenie potrzeby rozrywki. Pokolenie młode w dodatku, odbierając programy telewizyjne pragnie również rozwijać swoje zainteresowania. W pokoleniu średnim i starszym natomiast widoczna jest niezaspokojona potrzeba zdobywania aktualnych informacji na temat wydarzeń w kraju, Europie i na świecie. Ważnym powodem, dla którego dorośli korzystają z mediów elektronicznych (głównie telewizji i radia) jest również potrzeba odpoczynku. Osoby korzystające z **radia** czynią to głównie w celu zaspokojenia potrzeby estetycznej (programy muzyczne). Jedynie pokolenie młode w audycjach radiowych poszukuje dodatkowej szansy na rozwój swoich zainteresowań. Młodzi użytkownicy **komputera i Internetu** szukają w tych mediach głównie rozrywki, aczkolwiek multimedia stanowią również dla dzieci i młodzieży źródło zdobywania wiedzy i usprawniania umiejętności posługiwania się nimi. Rodzice korzystają z komputera głównie w celu nabycia biegłości w posługiwaniu się tym urządzeniem, ale doceniają również jego wartość edukacyjną. Internet zaś stanowi dla niektórych rodziców źródło nowych informacji.

Analizy statystyczne wskazują na to, że pokoleniowość, aktualny poziom edukacyjny oraz poziom wykształcenia rodziców i dziadków nie różnicuje w sposób istotny statystycznie motywów, jakim badani kierują się, korzystając z poszczególnych mediów elektronicznych. Można jedynie stwierdzić o pewnych tendencjach (nasilających się w odniesieniu do komputera i Internetu), jakie przejawiają poszczególne generacje w podejmowaniu decyzji o wyborze określonego medium.

7) Media, z których korzystają badane generacje, pełnią wobec nich **wiele zróżnicowanych funkcji**. Media elektroniczne i multimedia dają swoim użytkownikom **możliwość uaktualnienia zasobów intelektualnych i rozwijania zainteresowań**. Pokolenie młode znacznie częściej niż rodzice i dziadkowie korzysta w tym celu zarówno z telewizji, radia, komputera, jak i Internetu. Badani rodzice nowe informacje uzyskują głównie z telewizji i radia, ale niektórzy z nich korzystają także z komputera (4%) i Internetu (9,9%). Pokolenie dziadków ogranicza się w tym zakresie do korzystania z telewizji i radia. Różnorodność odbieranych treści przekazów medialnych i multimedialnych prowadzi również do **rozbudzania i rozwijania zainteresowań** badanych, dotyczących różnych dziedzin. Pokolenie młode częściej niż dorośli rozwija swoje zainteresowania zarówno dzięki przekazom telewizyjno-radiowym, jak i multimedialnym. Niektórzy rodzice oprócz programów telewizyjnych i audycji radiowych wykorzystują w tym celu przekazy multimedialne, natomiast dziadkowie ograniczają się do „tradycyjnych przekazów”.

W badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich funkcję **wzorotwórczą** pełni przede wszystkim telewizja. Badane generacje korzystają z przekazów telewizyjnych w celu uzyskania wartościowych wzorów postępowania w określonych



sytuacjach rodzinnych, koleżeńskich, właściwych postaw wobec drugiego człowieka, szacunku dla życia, innych osób, wiedzy do rozwiązywania nurtujących ich problemów życiowych. Należy podkreślić, że radio i multimedia (komputer, Internet) pełnią funkcję wzorotwórczą jedynie w sposób incydentalny (głównie wobec pokolenia młodego i średniego) – radio ze względu na to, że stanowi swoiste „tło” dla codziennie wykonywanych przez nich czynności, natomiast komputer i Internet ze względu na ciągle jeszcze ograniczony dostęp do tych mediów na wsi, ale również z powodu niskiego poziomu kompetencji medialnych, związanych głównie z brakiem umiejętności posługiwania się takimi narzędziami.

Badane generacje, korzystając z mediów elektronicznych, zaspokajają także naturalną **potrzebę rozrywki**. Ponad połowa dzieci i młodzieży (68%), połowa rodziców (50,5%) i prawie połowa dziadków (45,5%) korzysta w tym celu z telewizji. Dość liczna grupa badanych odraagowuje nudę i monotonię dnia codziennego, korzystając z radia (dzieci i młodzież – 24%, rodzice – 22,8%, dziadkowie – 5,7%). Dla niektórych młodych oraz pojedynczych rodziców czynnością samą w sobie dającą wiele przyjemności, dostarczającą rozrywki, jest korzystanie z komputera (dzieci i młodzież – 36%, rodzice – 5%) i Internetu (dzieci i młodzież – 22%, rodzice – 2%). Pokolenie młode znacznie częściej niż dorośli korzysta w celu zaspokojenia potrzeby rozrywki ze wszystkich mediów obecnych w gospodarstwie domowym – telewizji, radia, komputera i Internetu.

Badani, odbierając przekazy niewymagające większej koncentracji uwagi, wysiłku intelektualnego bądź silnych przeżyć emocjonalnych, **odraagowują zmęczenie i znużenie**, regenerują siły fizyczne i psychiczne zużyte w szkole, w pracy zawodowej. Połowa badanych w każdej z generacji najczęściej odpoczywa, odbierając przekazy telewizyjne. Wobec niektórych z nich funkcję taką pełnią również audycje radiowe. Niektórzy młodzi odpoczywają również w trakcie korzystania z komputera (17%) oraz Internetu (8%). Różnice występujące między zmienną pokoleniowości a funkcją odpoczynku realizowaną przez poszczególne media są istotne statystycznie ( $p < 10^{-6}$ ), ale związek między nimi jest słaby ( $C_{kor} = 0,39$ ). Oznacza to, że w życiu dzieci i młodzieży funkcję odpoczynku pełnią zarówno odbierane przez nich przekazy telewizyjno-radiowe, jak i multimedialne. Pokolenie rodziców i dziadków ogranicza się w tym zakresie do korzystania z telewizji i radia.

Przeprowadzone analizy wskazują również na to, że w niektórych badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich korzystanie z mediów elektronicznych (głównie z telewizji) stanowi **podstawowy czynnik sprzyjający wspólnemu spędzaniu czasu wolnego** w rodzinie. Telewizja najczęściej gromadzi przed odbiornikiem całą rodzinę, natomiast wspólny wybór i korzystanie z przekazów telewizyjnych w niektórych rodzinach wpływa na wzmacnianie więzi wewnątrzrodzinnych. Połowa badanych czasami wspólnie z innymi członkami rodziny korzysta z radia. Niektóre



osoby (dzieci i młodzież – 38%, rodzice – 4,8% oraz jeden senior) czasami wspólnie używają komputera lub korzystają z Internetu (młodzi – 15%, rodzice – 9,9%, jeden senior). Podkreślić należy, że inicjowanie sytuacji wspólnego korzystania z komputera i Internetu podejmowane jest zazwyczaj przez pokolenie młode. Sam fakt wspólnego korzystania z emitowanych przekazów nie świadczy jednak o tym, że media pełnią w badanych rodzinach **funkcję integrującą**. Istotne jest to, że badani przez wspólny wybór i oglądanie emitowanych programów odczuwają potrzebę wspólnego spędzania czasu, chęć porozumiewania się między sobą podczas emisji programu, wyrażania swoich uczuć gestem, mimiką, słowami, potrzebę wzajemnego wyjaśniania niezrozumiałych kwestii, dyskusji po obejrzeniu programu. Analiza statystyczna wykazała, że nie istnieje istotny statystycznie związek między powyższymi elementami a zmienną pokoleniowości, aktualnym poziomem edukacji pokolenia młodego, poziomem wykształcenia pokolenia rodziców i dziadków.

Korzystając z określonych przekazów medialnych i multimedialnych, badani mają również **szansę kompensacji braków kulturalnych**, edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku i rozrywki. Przekazy medialne odbierane przez badanych kompensują rzeczywiste uczestnictwo w innych formach rozrywki w środowisku rodzinnym i pozarodzinnym.

Dla większości badanych media elektroniczne stanowią ważne źródło zaspokajania różnorodnych potrzeb kulturalnych, a zatem pełnią one w ich życiu określone funkcje. Są one skutkiem odbioru określonych przekazów medialnych, multimedialnych i wynikają z zainteresowań, preferencji tematycznych, typu recypowanych przekazów, ale również niezaspokojonych potrzeb kulturalnych badanych oraz motywów ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej.

8) Potrzeba zdobywania aktualnych informacji jest jednym z głównych (obok rozrywki) motywów uczestnictwa badanych generacji w kulturze audiowizualnej. Jak wynika z przeprowadzonych analiz, głównym **źródłem nowych informacji** o istotnych zachodzących wydarzeniach w Polsce, Europie i na świecie jest dla badanych telewizja. Stwierdzić należy, że informacje uzyskiwane z innych źródeł (mediów) stanowią jedynie ich uzupełnienie. Niektórzy badani zaspokajają swoją „potrzebę orientacji”, korzystając zarówno z telewizji, jak i radia. Sporadycznie natomiast zdarza się sytuacja, gdy badani poszukując najnowszych informacji, korzystają z różnych mediów: telewizji, radia, komputera i Internetu.

Zdecydowana większość badanych, zarówno młodych, jak i dorosłych, przekonana jest o tym, że przekazywane za pośrednictwem telewizji informacje są najbardziej wiarygodne i obiektywne, jak również prezentowane są w sposób najbardziej czytelny i przystępny. Zaznaczyć należy, że w pokoleniu młodym znacznie częściej takie zdanie wyrażali gimnazjaliści. W dodatku starsza młodzież częściej także

podkreślała wiarygodność przekazów multimedialnych, zwłaszcza internetowych. Badane generacje pomimo tego, że nie zawsze potrafiły ocenić, wyrazić swoją opinię na temat prezentowanych na ekranie komunikatów, to jednak podkreślały w swoich wypowiedziach, że istotnym ułatwieniem w trudnym procesie oceniania, budowania opinii na temat oglądanych obrazów jest element audiowizualny komunikatu.

Z wykonanych analiz wynika ponadto, że suma spostrzeżeń, wyobrażeń i informacji dotyczących różnych aspektów rzeczywistości, jakie badani uzyskują głównie dzięki codziennie, systematycznie oglądanym programom telewizyjnym, pozwala im budować określony obraz Polski, Europy oraz świata. Tylko 30% badanych dzieci spostrzega świat w kontekście sukcesów, możliwości rozwojowych. W doświadczeniu większości dzieci (70%) budowany obraz świata ma zabarwienie emocjonalne pesymistyczne. Starsze generacje (rodzice i dziadkowie) postrzegają otaczającą ich rzeczywistość raczej w kategoriach pragmatycznych, związanych z aktywnością człowieka.

9) Parametry techniczne każdego z mediów, specyfika zastosowanej technologii umożliwiającej przesyłanie komunikatów, wymusza na trzech generacjach badanych rodzin wiejskich podjęcie określonej aktywności związanej z ich odbiorem. Dokonane w pracy analizy umożliwiły podjęcie próby ustalenia **charakteru relacji** zachodzących między poszczególnymi generacjami w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej. **Odbiór programów telewizyjnych** w znacznym stopniu angażuje uwagę użytkowników. Większość badanych ogląda programy telewizyjne uważnie, w skupieniu. W trakcie recypowania przekazów telewizyjnych często razem reagują śmiechem, wyjaśniają nawzajem niezrozumiałe dla siebie kwestie, wątki fabuły, dyskutują na temat prezentowanych zachowań, postaw. Reakcje te są wspólne dla wszystkich badanych generacji. Treści odbierane za pośrednictwem telewizji stanowią także przyczynek do rozmów poza gronem rodziny, w grupie rówieśniczej, sąsiedzkiej, ponownego przeżywania prezentowanych na ekranie telewizora treści w relacjach bezpośrednich.

Odmienny charakter mają podejmowane przez badanych relacje w trakcie **odbioru audycji radiowych**. Podstawową różnicą jest to, że komunikaty nadawane przez radio są odbierane raczej indywidualnie. Przekazy audialne emitowane są w przestrzeń życiową badanych, natomiast każdy z domowników przypadkowo odbiera te treści, które w danym czasie do niego docierają. W dodatku treść odbieranych komunikatów sporadycznie jest dyskutowana w gronie rodzinnym.

Inny kształt przyjmują relacje zachodzące między poszczególnymi generacjami (młoda, średnią i starszą) w kontekście **używania multimediiów** (komputera i Internetu). „Pełny kontakt” z multimediami dotyczy tylko pokolenia młodych, ponieważ to oni najczęściej i w większości są osobami, które obsługują sprzęt komputerowy oraz nawigują poczynania innych domowników w sieci internetowej. Kontakt rodziców i dziadków (jeden senior) z komputerem i Internetem najczęściej odbywa

się za pośrednictwem ich dzieci/wnuków. Nie podejmują oni zatem bezpośrednich działań zmierzających w kierunku odbierania i „panowania” nad przekazem multimedialnym, lecz stają się najczęściej obserwatorami lub osobami kontrolującymi tematykę odbieranych przez młodych treści. Wynika to z niskich kompetencji medialnych pokolenia rodziców i dziadków.

10) W kontekście uczestnictwa w kulturze audiowizualnej wyróżnić można dwa zasadnicze **typy rodzin**: rodziny tradycyjne – radiowo-telewizyjne oraz rodziny zurbanizowane – telematyczne. Ponadto określić można kilka **typów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej** występujących w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich. Ze względu na liczbę osób aktywnych oraz relacje wewnątrzrodzinne wyróżniam: uczestnictwo indywidualne, grupowe oraz wspólnotowe. Ze względu na zakres i częstotliwość korzystania z mediów elektronicznych i multimedialnych wyznaczam: uczestnictwo jednokierunkowe, wąskie (jednokierunkowe, systematyczne i dogłębne; jednokierunkowe, sporadyczne i powierzchowne) oraz wielokierunkowe, szerokie i wielostronne (wielokierunkowe, systematyczne i dogłębne; wielokierunkowe, sporadyczne i powierzchowne). Ze względu na funkcje, jakie pełnią telewizja, radio, komputer i Internet w życiu badanych generacji wielopokoleniowych rodzin wiejskich, wyróżniam: typ uczestnictwa o charakterze poznawczym, hobbystycznym, rozrywkowym, towarzysko-rekreacyjnym, kompensacyjnym, uczestnictwo integrujące pokolenia.

11) **Elementami łączącymi generacje wielopokoleniowych rodzin wiejskich** w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej jest przede wszystkim **wysoka pozycja telewizji oraz radia** (nieco wyższa wśród rodziców i dziadków) w przestrzeni życiowej badanych. Wolnoczasowe czynności badanych związane z używaniem telewizji i radia, są to czynności regularne, powtarzające się systematycznie, odznaczające się wysoką częstotliwością. Popularność i powszechność tych mediów powoduje, że badane pokolenia korzystają z nich codziennie, poświęcając na odbiór emitowanych przekazów dużą część budżetu swojego czasu wolnego. Co więcej recepcja przekazów medialnych z wykorzystaniem odbiornika telewizyjnego bądź radiowego ma charakter odbioru domowego. Wspólny obszar uczestnictwa w kulturze audiowizualnej jest także związany z porą korzystania z telewizji i radia. Programy telewizyjne najczęściej są odbierane przez wszystkie badane generacje wieczorem i w godzinach popołudniowych, natomiast audycje radiowe w godzinach porannych i popołudniowych. Cechą wspólną korzystania z telewizji jest wysoka preferencja seriali telewizyjnych, które regularnie, codziennie wspólnie oglądają wszystkie badane generacje.

O wspólnych obszarach uczestnictwa w kulturze audiowizualnej łączących badane generacje rodzin wiejskich świadczy **przede wszystkim szeroki zakres funkcji, jakie telewizja i radio** pełnią w ich życiu. Większość badanych wykorzystuje

przekazy radiowo-telewizyjne głównie w celu uzyskania informacji oraz poszerzania wiedzy. Odbierają oni również przekazy medialne w kontekście możliwości rozrywki, zabawy, rozwijania swoich zainteresowań, natomiast korzystając z programów niewymagających większej koncentracji, wysiłku intelektualnego bądź silnych przeżyć emocjonalnych, odreagowują zmęczenie i znużenie, regenerują siły fizyczne i psychiczne zużyte w trakcie wykonywania codziennych obowiązków. Odbierane przez badane pokolenia programy telewizyjne oraz audycje radiowe kompensują im braki kulturalne środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku i rozrywki. Ponadto badani, korzystając z przekazów telewizyjnych, poznają style życia innych ludzi, ideały, obowiązujące normy społeczno-moralne, obyczajowe, uzyskują wartościowe wzory postępowania. Audycje radiowe natomiast w życiu badanych pokoleń pełnią funkcję wzorotwórczą incydentalnie. Często wspólny wybór i korzystanie z programów telewizyjnych wpływa na wzmacnianie więzi wewnątrzrodzinnych między członkami niektórych badanych wielopokoleniowych rodzin wiejskich.

To, co jest wspólne, co łączy poszczególne generacje w badanych wielopokoleniowych rodzinach wiejskich, jeżeli chodzi o ich uczestnictwo w kulturze audiowizualnej, wynika z tradycji edukacyjnych i kulturalnych obecnych w badanych rodzinach, z wyposażenia gospodarstwa domowego w dobra kultury, z ilości czasu wolnego badanych i sieci instytucji kulturalnych lokalnego środowiska wiejskiego.

12) Pewne różnice o charakterze międzypokoleniowym w uczestnictwie badanych w kulturze audiowizualnej zauważyć można w wymiarze czasu wolnego poświęcanego przez badanych telewizji i radiu. Pokolenie młode i średnie w dzień powszedni telewizji poświęca nie więcej niż 3 i pół godziny. Nieco więcej czasu pokolenia te przeznaczają na odbiór przekazów telewizyjnych w niedzielę. Seniorzy natomiast zarówno w dzień powszedni, jak i sobotę oraz niedzielę poświęcają oglądaniu programów telewizyjnych więcej niż 4 godziny. Pewne zróżnicowanie widoczne jest również w odniesieniu do czasu wolnego poświęcanego audycjom radiowym. Dzieci i młodzież codziennie poświęcają temu medium nie więcej niż półtorej godziny. W związku z nieco wyższą preferencją radia w pokoleniu rodziców i dziadków, poświęcają oni radiu codziennie od 2 do 3 i pół godziny.

Międzypokoleniowe różnice widoczne są również w odniesieniu do tematyki preferowanych przekazów telewizyjnych i radiowych. Pokolenie młode częściej jest zainteresowane przygodową, rozrywkową tematyką przekazów telewizyjnych. Dorośli natomiast preferują treści informacyjne. Odmiennie preferencje występują w odniesieniu do przekazów radiowych. W tym przypadku wśród dzieci i młodzieży oraz ich rodziców dominuje tematyka rozrywkowa, muzyczna, natomiast pokolenie starsze preferuje treści religijne.

Znamienną cechą wskazującą na międzypokoleniową różnicę w kontekście preferowanych typów przekazów telewizyjnych, jest duża popularność programów publicystycznych, cieszących się uznaniem głównie dorosłej widowni, zaś wśród młodych filmów kryminalnych i sensacyjnych.

Odmienne są również motywy, jakimi badane generacje kierują się w korzystaniu z poszczególnych mediów elektronicznych i multimediiów. W pokoleniu młodym dominuje motyw związany z niezaspokojoną potrzebą rozrywki, a następnie informacji. Generacje rodziców i dziadków natomiast korzystają z mediów głównie w celu uzyskania nowych informacji dotyczących aktualnych wydarzeń dziejących się w Polsce, Europie oraz świecie.

**Zasadnicza międzypokoleniowa różnica** odnosząca się do uczestnictwa generacji rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej **jest związana z używaniem komputera i Internetu**. Z multimediiów w większości korzystają dzieci i młodzież oraz ich rodzice (komputer: młodzi N=80, rodzice N=28; Internet: młodzi N=44, rodzice N=15). W pokoleniu starszym korzysta z nich tylko jeden senior. Dzieci i młodzież używają multimediiów zarówno w domu, jak i w szkole, ale także w domu u kolegi lub koleżanki. Również rodzice korzystają z komputera i Internetu w domu rodzinnym, czasami u znajomych, w zakładzie pracy bądź w bibliotece publicznej. Stwierdzić zatem należy, że korzystanie przez badanych z multimediiów nie ma charakteru odbioru wspólnego, międzypokoleniowego, tak jak w przypadku telewizji i radia.

Międzypokoleniowe różnice związane z używaniem komputera i Internetu dotyczą również częstotliwości korzystania, budżetu czasu wolnego poświęcanego przez badanych tym mediom, tematyki odbieranych przekazów multimedialnych, motywów i pory korzystania, a przede wszystkim funkcji, jakie multimedia pełnią w życiu swoich odbiorców. Ze względu na brak zainteresowań multimedialnych wśród prawie wszystkich dziadków, komputer i Internet pełni wiele funkcji jedynie w odniesieniu do pokolenia dzieci i młodzieży i ich rodziców, w stopniu jednak zróżnicowanym.

W kontekście różnic międzypokoleniowych wskazać należy na szerszy (niż w pokoleniu średnim i starszym) zakres korzystania z multimediiów przez pokolenie młodych. Dzieci i młodzież częściej niż ich rodzice i dziadkowie korzystają z różnych mediów elektronicznych: telewizji satelitarnej, DVD, komputera, Internetu, telefonów komórkowych, odtwarzaczy MP3, komunikatorów internetowych, czatów. Częściej również ludzie młodzi wykorzystują nowe media (głównie Internet) w celu wyszukiwania treści związanych z ich zainteresowaniami, tj. dotyczące muzyki, mody, filmu, sportu, problemów ich rówieśników, nawiązywania nowych znajomości.

Różnice międzypokoleniowe w kontekście uczestnictwa badanych generacji w kulturze audiowizualnej są także związane z niewielkim zainteresowaniem pokolenia młodego problematyką dokonujących się wydarzeń i przemian w Polsce,

Europie i na świecie. Rodzice natomiast uzyskują nowe informacje przede wszystkim w celu zaspokojenia „potrzeby orientacji”, w celu poznania i rozumienia wielu aktualnych wydarzeń życia społecznego i gospodarczego, dotyczących problemów środowiska lokalnego, przemian wsi, biznesu. Uzyskaną wiedzę wykorzystują we własnym gospodarstwie oraz w procesie wychowywania dzieci. Pokolenie starsze, o czym wspominałem wcześniej, w celu uzyskania nowych wiadomości ogranicza się głównie do odbierania radiowo-telewizyjnych serwisów informacyjnych, zdobywając tym samym informacje dotyczące wielu aktualnych wydarzeń z życia społecznego kraju, Europy i świata, jednakże w niewielkim stopniu akceptuje propagowane opinie, ze względu na duży bagaż osobistych doświadczeń, swoją mądrość życiową.

Międzypokoleniowe różnice związane z uczestnictwem w kulturze audiowizualnej wynikają z takich czynników, jak pokoleniowość, wiek, status społeczno-zawodowy poszczególnych osób z badanych rodzin, wyposażenie gospodarstwa domowego w dobra kultury oraz tradycje kulturalne środowiska rodzinnego i lokalnego.

Analiza teoretyczna i empiryczna zawarta w tej pracy jest próbą ukazania miejsca telewizji i innych mediów elektronicznych (radio, komputer, Internet) w przestrzeni życiowej poszczególnych generacji wielopokoleniowej rodziny wiejskiej. Zwrócono w niej szczególną uwagę na aspekt zakresu i częstotliwości korzystania przez badane generacje z poszczególnych mediów oraz na zróżnicowane funkcje, jakie one pełnią w ich życiu. Całościowe ujęcie tematyki ograniczyło szczegółową penetrację wielu przedstawionych lub tylko zasygnalizowanych w pracy problemów, które, jak sądzę, wymagają dalszych, pogłębionych badań.



## Bibliografia

### 1. Pozycje zwarte

- Adamski F., *Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy*, Kraków 2002.
- Adamski F., *Socjologia małżeństwa i rodziny*, Warszawa 1994.
- Adamski F. (red.), *Wychowanie personalistyczne*, Kraków 2005.
- Aleksander T., *Uczestnictwo w kulturze jako forma edukacji młodzieży wiejskiej (w:) Z badań nad młodzieżą wiejską. Uczestnictwo kulturalne młodzieży wiejskiej*, Zeszyt XVI, Warszawa 1977.
- Aleksander T., *Uwarunkowania uczestnictwa kulturalnego ludności wiejskiej*, Warszawa 1974.
- Anderson J., Wilkins R., *Żegnaj telewizorku: jak nauczyć swoją rodzinę rozsądnie korzystać z telewizora, gier komputerowych i Internetu*, Warszawa 2000.
- Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa 2004.
- Badora S., *Rodzina i formy jej wspomagania*, Kraków 2001.
- Bandura A., *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Englewood Chiffs 1986.
- Bandura A., *Teoria społecznego uczenia się*, Warszawa 2007.
- Batorski D., *Cyfrowy podział w Polsce: nowe technologie a szanse życiowe i wykluczenie społeczne*, (w:) D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Spółeczna przestrzeń Internetu*, Warszawa 2006.
- Batorski D., *Ku społeczeństwu informacyjnemu*, (w:) J. Czapiński (red.), *Diagnoza społeczna 2003*, Warszawa 2003.
- Bednarski H. (red.), *Współczesne rodziny wiejskie*, Warszawa 1988.
- Ben-Ze'ev A., *Miłość w sieci. Internet i emocje*, Poznań 2005.
- Białobłocki T., Moroz J., Nowina-Konopka M., Zacher L., *Spółeczeństwo informacyjne – istota, rozwój, wyzwania*, Warszawa 2006.
- Borkowski R. (red.), *Globalopolis. Kosmiczna wioska. Szanse i zagrożenia*, Warszawa 2003.
- Botkin J.W., Elmandjra M., Malitza M., *Uczyć się bez granic. Jak zewrzeć lukę ludzką? Raport Klubu Rzymskiego*, Warszawa 1982.
- Braun-Gałkowska M., Ulfik I., *Zabawa w zabijanie. Oddziaływanie przemocy prezentowanej w mediach na psychikę dzieci*, Warszawa 2000.
- Bryson L. (red.), *Communication of Ideas*, New York 1980.
- Brzezińska A., *Spółeczna psychologia rozwoju*, Warszawa 2000.
- Buckingham D., *After the Death of Childhood: Growing up in the Age of Electronic Media*, Cambridge 2000.
- Bukraba-Rylska I., *Kultura ludowa – wieś – mieszkańcy wsi*, Warszawa 2002.
- Burszta W., de Tchorzewski A. (red.), *Edukacja w czasach popkultury*, Bydgoszcz 2002.
- Castells M., *Galaktyka Internetu: Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.

- Chrapek J., *Uwarunkowania recepcji programów telewizyjnych przez młodzież*, Lublin 1985.
- Chwaszcz J., Pietruszka M., Sikorski D. (red.), *Media*, Lublin 2005.
- Czapiński J. (red.), *Diagnoza społeczna 2003*, Warszawa 2003.
- Czarnowski S., *Kultura, Dzieła t.1*, Warszawa 1966.
- Czerniawska O., *Drogi i bezdroża andragogiki i gerontologii*, Łódź 2000.
- De Kerckhove D., *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości*, Warszawa 2001.
- DeFleur M.L., Ball-Rokeach S., *Theories of Mass Communication*, New York 1982.
- Detko J. (red.), *Pedagogika mediów*, Kielce 2000.
- Dobek-Ostrowska B., *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004.
- Dobek-Ostrowska B. (red.), *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, Wrocław 2001.
- Dyczewski L., *Kultura dnia codziennego i świątecznego w rodzinie*, Lublin 1998.
- Dyczewski L., *Rodzina twórcą i przekazicielem kultury*, Lublin 2003.
- Dyczewski L., *Więź między pokoleniami w rodzinie*, Lublin 2002.
- Dylak S., *Kompetencje medialne jako ważny nurt w edukacji humanistycznej*, (w:) W. Strykowski, W. Skrzydlewski (red.), *Kompetencje medialne w społeczeństwie wiedzy*, Poznań 2004.
- Erikson E.E., *Dopełniony cykl życia*, Poznań 2002.
- Ferenz K., *Wprowadzenie dzieci w kulturę*, Wrocław 1995.
- Fidler R., *Mediamorphosis. Understanding the New Media*, Thousand Oaks 1997.
- Filipiak M., *Homo communicans*, Lublin 2004.
- Filipiak M., *Socjologia kultury. Zarys zagadnień*, Lublin 2000.
- Fiske J., *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 2003.
- Francuz P. (red.), *Psychologiczne aspekty komunikacji audiowizualnej*, Lublin 2007.
- Fukuyama F., *Wielki wstrząs. Natura ludzka a odbudowa porządku społecznego*, Warszawa 2000.
- Gajda J., *Antropologia kulturowa*, Toruń 2002.
- Gajda J., *Edukacja bez granic. O środkach masowego przekazu*, Lublin 1992.
- Gajda J., *Media w edukacji*, Kraków 2002.
- Gajda J., *Pedagogika kultury w zarysie*, Kraków 2006.
- Gajda J., *Telewizja, młodzież, kultura*, Warszawa 1987.
- Gajda J., *Wprowadzenie do wiedzy o kulturze*, Toruń 2003.
- Gajda J., Juszczyk S., Siemieniecki B., Wentka K., *Edukacja medialna*, Toruń 2003.
- Gajda J., Izdebska J. (red.), *Kultura – wartości – kształcenie wobec wyzwań i zagrożeń XXI wieku*, Suwałki 2004.
- Gajda J., Siemieniecki B. (red.), *Pedagogika medialna*, t.1, 2, Warszawa 2007.
- Gawlina Z., *Proces wychowania w rodzinie*, Kraków 1988.
- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo późnej nowoczesności*, Warszawa 2001.
- Bauman Z., *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000.
- Gierula M. (red.), *Środki masowego komunikowania a społeczeństwo*, Katowice 2006.
- Goban-Klas T., *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2006.
- Goban-Klas T., Sienkiewicz P. (red.), *Społeczeństwo informacyjne. Szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999.
- Godlewski G., Kolankiewicz L., Mencwel A., Pęczak M., *Wiedza o kulturze. Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, Warszawa 1998.

- Golka M., *Cywilizacja. Europa. Globalizacja*, Poznań 1999.
- Górny K., *Antropologiczno-socjologiczne studium społeczności lokalnych w okresie transformacji*, Wrocław 2003.
- Grad J., Kaczmarek U., *Organizacja i upowszechnianie kultury w Polsce. Zmiany modelu*, Poznań 1996.
- Gwóźdź A. (red.), *Pejzaże audiowizualne; telewizja, wideo, komputer*, Kraków 1997.
- Halicka M., *Satysfakcja życiowa ludzi starych*, Białystok 2004.
- Hargittai E., *Open Portals or Closed Gates? Channeling Content on the World Wide Web*, Princeton 2000.
- Hargittai E., *The digital divide and what to do about it*, 2003.
- Hartley P., *Komunikowanie interpersonalne*, Wrocław 2006.
- Harwas-Napierała B., *Komunikacja interpersonalna w rodzinie*, Poznań 2006.
- Hebdige D., *A Report on the Western Front. Postmodernism and the „politics” of style*, (w:) Ch. Jenks (red.), *Cultural Reproduction*, London 1993.
- Hoffman E., *Rytuał interakcyjny*, Warszawa 2006.
- Hopfinger M., *Kultura współczesna – audiowizualność*, Warszawa 1985.
- Hopfinger M. (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, Warszawa 2002.
- Huesman R., Eron L., *Television and the Aggressive Child*, Lawrence Erlbaum Associates 1986.
- Huston A.C., Zillmann D., Bryant J. (red.), *Media, Children and Family Social Scientific: Psychodynamic and Clinical Perspectives*, New York 2004.
- Izdebska J., *Dziecko w rodzinie u progu XXI wieku. Niepokoje i nadzieje*, Białystok 2000.
- Izdebska J., *Dom rodzinny postrzegany przez dzieci, w kontekście społeczno-kulturowych różnicowań współczesnej rodziny*, Białystok 2006.
- Izdebska J., *Dziecko w świecie mediów elektronicznych. Teoria, badania, edukacja medialna*, Białystok 2007.
- Izdebska J., *Rodzina. Dziecko. Telewizja, Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, Białystok 1996.
- Izdebska J. (red.), *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym. Wybrane zagadnienia i źródła z pedagogiki społecznej*, Białystok 2003.
- Izdebska J. (red.), *Media elektroniczne – kreujące obraz rodziny i dziecka*, tom I, Białystok 2008.
- Izdebska J., Sosnowski T. (red.), *Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa*, t. 2, *Komputer i Internet w życiu dziecka i obraz jego dzieciństwa*, Białystok 2005.
- Jakubowski W., *Edukacja i kultura popularna*, Kraków 2001.
- Jakubowski W. (red.), *Media. Kultura popularna. Edukacja*, Kraków 2005.
- Jakubowski W., Zierkiewicz E., *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, Kraków 2002.
- Jankowski D., *Edukacja wobec zmiany*, Toruń 2004.
- Jankowski D., *Kultura. Uczestnictwo w kulturze*, (w:) W. Szewczuk (red.), *Encyklopedia psychologii*, Warszawa 1998.
- Jankowski D. (red.), *Edukacja kulturalna w życiu człowieka*, Kalisz 1999.
- Juszczyk S., *Komunikacja człowieka z mediami*, Katowice 1998.
- Juszczyk S. (red.), *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia (o problemach tworzącego się społeczeństwa informacyjnego)*, Katowice 2000.
- Juszczyk S. (red.), *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, Toruń 2002.
- Juszczyk S., Polewczyk I. (red.), *Media wobec wielorakich potrzeb dziecka*, Toruń 2006.
- Kawula S., *Człowiek w relacjach socjopedagogicznych*, Toruń 1999.
- Kawula S. (red.), *Pedagogika rodziny*, Olsztyn 2003.
- Kawula S., Brągiel J., Janke A.W., *Pedagogika rodziny. Obszary i panorama problematyki*, Olsztyn 2007.

- Kleban J., Wieczerzycki W. (red.), *Era społeczeństwa informacyjnego. Wyzwania, szanse, zagrożenia, materiały konferencyjne*, Poznań 2005.
- Kłoskowska A., *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1983.
- Kłoskowska A., *Socjologia kultury*, Warszawa 1983.
- Kłoskowska A., *Społeczne ramy kultury*, Warszawa 1972.
- Kłoskowska A. (red.), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze*, Wrocław 1991.
- Koblewska J., *Środki masowego oddziaływania: problemy społeczne, wychowawcze i propagandowe*, Warszawa 1972.
- Kołtun B., *Teoria „użytkowania i korzyści” – fazy rozwoju, podstawowe założenia*, (w:) B. Dobek-Ostrowska (red.), *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, Wrocław 2001.
- Komorowska J., *Telewizja w życiu dzieci i młodzieży*, Warszawa 1963 (cz. I), 1964 (cz. II).
- Komorowska J. (red.), *Przemiany rodziny polskiej*, Warszawa 1975.
- Kossowski P., *Telepokolenie – miejsce telewizji w życiu dzieci i młodzieży*, (w:) A. Przećławska, L. Rowicki (red.), *Nastolatki i kultura w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych*, Warszawa 2000.
- Kossowski P., *Telewizja w życiu współczesnego dziecka wielkomiejskiego*, (w:) A. Przećławska (red.), *Pedagogika społeczna. Kręgi poszukiwań*, Warszawa 1996.
- Kostkiewicz J. (red.), *Aksjologia edukacji dorosłych*, Lublin 2004.
- Krajewski M., *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2003.
- Kubin J., *Telewizja i wychowanie*, Warszawa 1974.
- Kubinowski D. (red.) *Kultura. Wartości. Kształcenie*, Toruń 2003.
- Kumor A., *W stronę telewidza*, Wrocław 1988.
- Kurzynowski A. (red.), *Rodzina w okresie transformacji systemowej*, Warszawa 1995.
- Kwak A., *Rodzina i jej przemiany*, Warszawa 1994.
- Kwiatkowska A., *Psychologiczne mechanizmy kształtowania się obrazu świata dziecka*, (w:) J. Izdebska (red.), *Media elektroniczne kreujące obraz rodziny i dziecka*, Białystok 2007.
- Kwieciński Z., *Wizja przyszłości a zmiany w edukacji*, (w:) W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1998.
- Lasswell H., *The Structure and Function of Communication in Society*, (w:) L. Bryson (red.), *Communication of Ideas*, New York 1980.
- Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H., *People's Choice, Duell, Sloan and Pearce*, New York 1944.
- Lee N., *Childhood and Society. Growing Up in an Age of Uncertainty*, Open University Press, 2001.
- Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1998.
- Lewowicki T., Siemieniecki B. (red.), *Rola i miejsce technologii informacyjnej w okresie reform edukacyjnych w Polsce*, Toruń 2002.
- Liebes T., Curran J. (red.), *Media, Ritual and Identity*, London – New York 1998.
- Linton R., *Kulturowe podstawy osobowości*, Warszawa 1975.
- Lisowska-Magdziarz M., *Wyzwania i dylematy pedagogiki medialnej*, (w:) M. Sokołowski (red.), *Wyzwania pedagogiki medialnej. Nowe perspektywy XXI wieku*, Olsztyn 2001.
- Livingstone S., *Young People and New Media. Childhood and the changing media environment*, London 2002.
- Livingstone S. (red.), *Handbook of New Media*, London 2000.
- Lubasz J. (red.), *W drodze do społeczeństwa informacyjnego*, Warszawa 1999.
- Łaciak B. (red.), *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, Warszawa 2003.

- Łagodziński W., *Szanse i zagrożenia uczestnictwa w kulturze w latach 1990 – 2003*, Warszawa 2004.
- Maccoby E.E., *Social Development. Psychological Growth and Parent-Child Relationship*, New York 1980.
- Markowska J.A. (red.), *W kręgu rodziny dawniej i dziś*, Białystok 2000.
- Marszałek-Kawa J., *Współczesne oblicza mediów*, Toruń 2005.
- Marynowicz-Hetka E., *Pomoc w rozwoju dziecka i rodzinie – studium krytyczne*, (w:) Tyszka Z. (red.), *Współczesne rodziny polskie – ich stan i kierunek przemian*, Poznań 2001.
- McLuhan M., *Wybór tekstów*, Poznań 2001.
- McLuhan M., *Zrozumieć media*, Warszawa 2004.
- McQuail D., *Mass Communication Theory. An Introduction*, London 1983.
- Mead M., *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, Warszawa 2000.
- Melosik Z., *Edukacja a przemiany dla kultury współczesnej. Implikacje dla teorii i praktyki*, (w:) B. Śliwowski (red.), *Nowe konteksty (dla) edukacji alternatywnej XXI wieku*, Kraków 2001.
- Melosik Z., Szkuclarek T., *Kultura, tożsamość i edukacja – migotanie znaczeń*, Kraków 1998.
- Mikułowski-Pomorski J., *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Kraków 2006.
- Mikułowski-Pomorski J., *Od mówcy do rozmówcy. Perswazja czy spotkanie? Rewizja klasycznych modeli komunikacji*, (w:) M. Gierula (red.), *Środki masowego komunikowania a społeczeństwo*, Katowice 2006.
- Mitas A. (red.), *Media i edukacja w aspekcie globalizacji*, Cieszyn 2003.
- Morbitzer J., *Edukacja wspierana komputerowo a humanistyczne wartości pedagogiki*, Kraków 2007.
- Mrozowski M., *Media masowe; władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001.
- Mrozowski M., *Między manipulacją a poznaniem – człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991.
- Nęcki Z., *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 1996.
- Nikitorowicz J., *Uczeń w sytuacjach szkolno-domowych*, Białystok 1990.
- Nikitorowicz J. (red.), *Transmisja dziedzictwa kulturowego*, Białystok 2003.
- Nowak A. (red.), *Wybrane zjawiska powodujące zagrożenia społeczne*, Kraków 2000.
- Nowak M., Kubinowski D. (red.), *Metodologia pedagogiki zorientowanej humanistycznie*, Kraków 2006.
- Nowak S., *Metodologia badań społecznych*, Warszawa 1985.
- Osmańska-Furmanek W., *Komputer jako medium w procesie edukacji całościowej*, (w:) S. Juszczyk (red.), *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*, Toruń 2002.
- Osmańska-Furmanek W., Furmanek M., *Pedagogika mediów*, (w:) B. Śliwowski (red.), *Pedagogika*, tom 3, Gdańsk 2006.
- Palka S., *Metodologia. Badania. Praktyka pedagogiczna*, Gdańsk 2006.
- Pankowska K., *Rzeczywistość zapośredniczona – nowe problemy wzrastania dziecka w przestrzeni medialnej*, (w:) J. Izdebska (red.), *Media elektroniczne – kreujące obraz rodziny i dziecka*, tom I, Białystok 2008.
- Papież J., *Przemiany warunków socjalizacyjno-edukacyjnych na wsi. Badania panelowe*, Kraków 2006.
- Pielasińska W., *Sens pojęcia „uczestnictwo w kulturze” w refleksji teoretycznej i praktyce badawczej*, (w:) J. Gajda (red.), *Antropologia kulturowa*, Toruń 2002.
- Pielasińska W. (red.), *Edukacja kulturalna w środowisku wsi i małego miasta*, Warszawa 1997.
- Pielasińska W. (red.), *Style życia i uczestnictwo w kulturze*, t. 1, Warszawa 1989.
- Pięta J., *Pedagogika czasu wolnego*, Warszawa 2004.
- Pilch T., *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa 1995.
- Pilch T., Bauman T., *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*, Warszawa 2001.
- Pilch T., Lepalczyk I. (red.), *Pedagogika społeczna. Człowiek w zmieniającym się świecie*, Warszawa 1995.

- Pilch T. (red.), *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. 1, 2, 3, 5, Warszawa 2003, 2004, 2006.
- Piwowarski R., *Szkoły na wsi – edukacyjne wyzwanie*, Warszawa 2000.
- Porębski L., *Rewolucja informacyjna jako źródło nowych podziałów społecznych*, (w:) R. Borkowski (red.), *Globalopolis. Kosmiczna wioska. Szanse i zagrożenia*, Warszawa 2003.
- Przeławska A. (red.), *Nastolatki i kultura w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych*, Warszawa 2000.
- Przeławska A. (red.), *Relacje między ludźmi jako przedmiot badań pedagogicznych*, Warszawa 1993.
- Radlińska H., *Pedagogika społeczna*, Kraków 1961.
- Radziewicz-Winnicki A., *Spółczesność w trakcie zmiany. Rozważania z zakresu pedagogiki społecznej i socjologii transformacji*, Gdańsk 2004.
- Rakowski W. (red.), *Warunki życia wybranych społeczności lokalnych na początku XXI wieku*, Warszawa 2005.
- Raś D., *Współczesne środki wizualne (komputer i telewizja) jako zagrożenia dla realnych kontaktów z ludźmi*, (w:) A. Nowak (red.), *Wybrane zjawiska powodujące zagrożenia społeczne*, Kraków 2000.
- Rosengreen K.E., Wenner L.A., Palmgreen Ph. (red.), *Media Gratifications Research: Current Perspectives*, London 1985.
- Rostowska T., *Transmisja międzypokoleniowa w rodzinie w zakresie wybranych wymiarów osobowości*, Łódź 1995.
- Roter A., Radziewicz-Winnicki A., *Ryzyko transformacyjne nowego ładu społeczno-edukacyjnego. Wyписy wybranych tekstów z pedagogiki społecznej, socjologii wychowania oraz socjologii transformacji*, Katowice 2004.
- Sadowski A., *Spółeczne problemy miejscowości północno-wschodniej Polski w procesie transformacji*, Białystok 2001.
- Sajdak A. (red.), *Edukacyjna wspólnota na rzecz społeczeństwa dla wszystkich*, Kraków 2005.
- Servon L.J., *Bridging the digital divide: Technology, community, and public policy*, Blackwell, 2002.
- Sęk H. (red.), *Metody projekcyjne. Tradycja i współczesność*, Poznań 1984.
- Siciński A., *Spółczesność informacyjna – próba nazwania naszych czasów*, (w:) J. Lubasz (red.), *W drodze do społeczeństwa informacyjnego*, Warszawa 1999.
- Siemieniecki B. (red.), *Technologia informacyjna w polskiej edukacji*, Toruń 2002.
- Siemieniecki B., Lewowicki T. (red.), *Współczesna technologia informacyjna i edukacja medialna*, Toruń 2004.
- Singer D., Singer J., *Handbook of Children and the Media*, London 2001.
- Sokołowski M. (red.), *Edukacja medialna. Nowa generacja pytań i obszarów badawczych*, Olsztyn 2004.
- Sokołowski M. (red.), *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria – praktyka – oddziaływanie*, Olsztyn 2003.
- Steinbrink B., *Multimedia. U progu technologii XXI wieku*, Wrocław 1993.
- Strykowski W. (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1997 (1998, 2000, 2002).
- Strykowski W., Skrzydlewski W. (red.), *Kompetencje medialne w społeczeństwie wiedzy*, Poznań 2004.
- Suchodolski B. (red.), *Edukacja kulturalna a egzystencja człowieka*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Łódź 1986.
- Sygit M. (red.), *Dziecko wiejskie*, Szczecin 2003.
- Szafraniec K. (red.), *Kapitał ludzki i zasoby społeczne wsi. Ludzie – społeczność lokalna – edukacja*, Warszawa 2006.
- Szczepański J., *Elementarne pojęcia socjologii*, Warszawa 1972.



- Szpunar M., *Cyfrowy podział – nowa forma stratyfikacji społecznych*, (w:) J. Kleban, W. Wieczerzycki (red.), *Era społeczeństwa informacyjnego. Wyzwania, szanse, zagrożenia, materiały konferencyjne*, Poznań 2005.
- Sztumski J., *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Katowice 1995.
- Szukalski P., *Przepływy międzypokoleniowe i ich kontekst demograficzny*, Łódź 2002.
- Śliwerski B., *Pedagogika dziecka. Studium pajdocentryzmu*, Gdańsk 2007.
- Śliwerski B. (red.), *Nowe konteksty (dla) edukacji alternatywnej XXI wieku*, Kraków 2001.
- Śliwerski B. (red.), *Pedagogika, tom 3*, Gdańsk 2006.
- Tarkowska E., Korzeniowska K., *Młodzież z byłych PGR-ów: raport z badań*, Warszawa 2002.
- Tchorzewski A.M., *Funkcje edukacyjne rodziny. Studium diagnostyczno-agnostyczne*, Bydgoszcz 1990.
- Theiss W., *Wychowanie wobec zachodzących przemian*, Warszawa 1995.
- Theiss W. (red.), *Mała Ojczyzna. Kultura, edukacja, rozwój lokalny*, Warszawa 2001.
- Thompson J.B., *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2006.
- Toffler A., *Trzecia fala*, Warszawa 1997.
- Tryfan B., *Socjologia rodziny wiejskiej w Polsce*, Warszawa 1985.
- Turowski J., *Socjologia wsi i rolnictwa*, Lublin 1995.
- Tyszka Z., *Rodzina we współczesnym świecie*, Poznań 2003.
- Tyszka A., *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, Warszawa 1971.
- Tyszka Z. (red.), *Współczesne rodziny polskie – ich stan i kierunek przemian*, Poznań 2004.
- Tyszkowa M., *Rozwój dziecka w rodzinie i poza rodziną*, Poznań 1985.
- Ulfik-Jaworska I., *Komputerowi mordercy*, Lublin 2005.
- Van den Haag E., *Kultura popularna*, (w:) W. Górnicki, J. Kossak, *Super Ameryka*, Warszawa 1970.
- Wadowski D. (red.), *Kultura – Media – Społeczeństwo*, Lublin 2007.
- Waloszek D., Wąż K. (red.), *Nadzieja na zmianę: szanse edukacyjne młodego pokolenia ze środowiska wiejskiego*, Zielona Góra 2002.
- Wawrzak-Chodaczek M., *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, Wrocław 2000.
- Wawrzak-Chodaczek M., Kędzior J. (red.), *Czas wolny w różnych jego aspektach*, Wrocław 2000.
- Wesołowski A., *Socjologia wsi*, Poznań 1990.
- Wilkoszewska K. (red.), *Estetyka a nowe media*, Kraków 1999.
- Winiarski M., *Rodzina – szkoła – środowisko lokalne. Problemy edukacji środowiskowej*, Warszawa 2000.
- Wnuk-Lipiński E., *Rozumienie kultury. Szkice socjologiczne*, Warszawa 1979.
- Wojnar I., *Humanistyczne i antropologiczne rozumienie kultury – kontrowersje i wzbogacenia*, (w:) D. Kubinowski (red.) *Kultura. Wartości. Kształcenie*, Toruń 2003.
- Wojnar I., *Samowychowanie – humanistycznym wyborem człowieka*, (w:) D. Jankowski (red.), *Edukacja kulturalna w życiu człowieka*, Kalisz 1999.
- Wroczyński R., *Pedagogika społeczna*, Warszawa 1985.
- Zacher L.W. (red.), *Problemy społeczeństwa informacyjnego. Elementy analizy, ewaluacji i prognozy*, Warszawa 1997.
- Zawadzka A., *Oddziaływanie dziadków na wypoczynek wnuków*, Wrocław 1999.
- Zawadzka A., Ferenc K., *Społeczne aspekty wypoczynku młodych kobiet*, Wrocław 1998.
- Ziemska M., *Rodzina a osobowość*, Warszawa 1975.
- Zillmann D., Bryant J., Huston A.C., *Media, Children and the Family Social, Scientific Psychodynamic and Clinical Perspectives*, N.Y. 1994.

- Znanięcki F., *Socjologia wychowania*, t. I. *Wychowujące społeczeństwo*, Warszawa 1988.
- Znanięcki F., *Wstęp do socjologii*, Warszawa 1998.
- Zornado J.L., *Inventing the Child: Culture, Ideology and the Story of Childhood*, New York 2001.
- Żebrowski J., *Rodzina polska na przełomie wieków*, Gdańsk 2001.

## 2. Czasopiśmiennictwo

- Braun-Gałkowska M., *Dziecko w świecie mediów*, „Edukacja i Dialog” 2003, nr 6.
- Braun-Gałkowska M., Gała A., Ulfik-Jaworska I., *Treść programów emitowanych przez pięciu polskich nadawców telewizyjnych: raport z badań*, „Edukacja Medialna” 2003, nr 1–2.
- Czerniawska O., *Relacje osób starszych w rodzinie*, „Zeszyty Problemowe PTG” 1994, nr 4.
- Dąbrowska M., *Telewizyjna fikcja a rzeczywistość w świadomości dziecka*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 2000, nr 3.
- DiMaggio P., Hargittai E., *From the „digital divide” to „digital inequality”: Studying Internet use as penetration increases*, Princeton University Center for Arts and Cultural Policy Studies, „Working Paper Series” 2001, nr 15.
- DiMaggio P., Hargittai E., Neuman W.R., Robinson J.P., *Social implications of the Internet*, „Annual Review of Sociology” 2001, nr 27.
- Duch W., *Czym jest kognitywistyka?*, „Kognitywistyka i Media w Edukacji” 1998, nr 1.
- Gałaś M., *Edukacja kulturalna jako wyzwanie współczesności*, „Edukacja” 1999, nr 3.
- Gorzowska M., *Czas w edukacji*, „Edukacja Dorosłych” 2005, nr 2–3.
- Goriszowski W., *Rodzina wobec edukacji multimedialnej*, „Problemy Rodziny” 2000, nr 1.
- Hargittai E., *Second-Level Digital Divide: Differences in People’s Online Skills*, „First Monday”, t. 7, 4/2002.
- Huesmann R.L., *Przemoc na ekranie a przemoc w życiu*, „Nowiny Psychologiczne” 2002, nr 4.
- Izdebska J., *Dominacja mediów w środowisku wychowawczym dziecka*, „Edukacja” 2000, nr 4.
- Izdebska J., *Elektroniczna niańka*, „Edukacja i Dialog” 1996, nr 9.
- Jankowski D., *Środowisko edukacyjne człowieka dorosłego jako problem pedagogiki społecznej i andragogiki*, „Rocznik Andragogiczny” 2006.
- Juszczak S., *Konstruktywistyczne i kognitywistyczne koncepcje nauczania wspomaganego komputerem oraz uczenia się z wykorzystaniem Internetu*, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1.
- Katz E., Blumer J.G., Gurevitch M., *Przyszłość badań użytkowania i korzyści*, „Przekazy i Opinie” 1987, nr 3–4.
- Kielar-Turska M., *Dziecko w świecie wirtualnym: szanse i zagrożenia*, „Wychowanie w Przedszkolu” 2002, nr 3.
- Kłoskowska A., *Rola rodziny w przekazywaniu kultury*, „Problemy Rodziny” 1982, nr ½.
- Kossowski P., *Telewizja i komputery w życiu nastolatków ze środowiska wiejskiego*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 2004, nr 7.
- Krajewska A., *Rola wychowania wielopokoleniowego w edukacji wielokulturowej*, „Pedagogika Społeczna” 2004, nr 2–4.
- Krzysztofek K., *Jaka polityka kulturalna w epoce globalizacji i mediów elektronicznych*, „Kultura Współczesna” 2005, nr 1.

- Krzysztofek K., *Międzypokoleniowy przekaz kultury w epoce ekspansji mediów*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 1997, nr 1.
- Krzywka A., *Informacja – wiedza – mądrość*, „Edukacja i Dialog” 2005, nr 5.
- Kumor A., *Telewizja w rodzinie*, „Oświata Dorosłych” 1982, nr 2.
- Kwak A., *Życie rodzinne – uwarunkowania makro i mikrostrukturalne*, „Roczniki Socjologii Rodziny” 2002, tom XIV.
- Kwiek J., *Kto się boi „Miasteczka South Park”?*, „Edukacja Medialna” 2000, nr 4.
- Lang A., *The limited capacity model of mediated message processing*, „Journal of Communication” 2000, nr 50.
- Leska K., Pogodzińska K., *Odpowiedzi na podstawie mediów*, „Edukacja i Dialog” 2001, nr 4 (127).
- Łuszczek K., *Telenowela – telewizyjna baśń dla dorosłych*, „Edukacja Medialna” 2002, nr 4.
- Makowska J., *Wspólnota bez wspólnoty*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” 1997, nr 2.
- Małecka B.Z., *Dziadkowie w rodzinie*, „Edukacja i Dialog” 1997, nr 10.
- McQuail D., *Patrząc wstecz. Refleksje nad badaniami „użytkowania i korzyści”*, „Przekazy i Opinie” 1987, nr 3–4.
- Melosik Z., *Mass media, edukacja i przemiany kultury współczesnej*, „Pedagogika Mediów” 2005, nr 1.
- Mikułowski-Pomorski J., *Funkcja telewizji ze względu na sposób dystrybucji przekazu*, „Oświata i Wychowanie” 1989, nr 14.
- Mrozowski M., *Podejście użytkownika i korzyści w badaniach komunikowania masowego. Podstawowe zagadnienia*, „Przekazy i Opinie” 1987, nr 3–4.
- Natriello G., *Bridging the second digital divide: What can sociologists of education contribute?*, „Sociology of Education” 2001, 74 (3).
- Osmańska-Furmanek W., Furmanek M., *Edukacja medialna i informatyczna pedagogów*, „Edukacja” 2002, nr 2.
- Pawlica B., Widawska E., *Homo on-line – nomad XXI wieku*, „Edukacja i Dialog” 2001, nr 4.
- Pogorzelska S., *Telewizyjno-internetowy domocentryzm w uczestnictwie młodzieży z kulturze – refleksje pedagogiczne*, „Zeszyty Naukowe WSSM” 2005, nr 12.
- Roter A., *Socjalizacja rodzinna zagrożona przez media*, „Problemy Rodziny” 2000, nr 4.
- Sanson A., Di Muccio Ch., *The influence of aggressive and neutral cartoons and toys on the behaviour of preschool children*, „Australian Psychologist” 1992, t. 2.
- Strykowski W., *Media w edukacji; kierunki prac badawczych*, „Edukacja Medialna” 1998, nr 2.
- Szatur-Jaworska B., *Życie rodzinne ludzi starych w Polsce*, „Polityka Społeczna” 1999, nr 9.
- Szukalski P., *Międzypokoleniowe przepływy czasu*, „Polityka Społeczna” 1999, nr 3.
- Tien F.F., Tsu-Tan Fu, *The collerates of digital divide and their impact on college student learning*, „Computers & Education” 2008, nr 50.
- Tomaszewska H., Stelmaszuk Z.W., *Nowe technologie informacji i komunikacji – wyzwanie dla relacji międzygeneracyjnych*, „Pedagogika Społeczna” 2004, nr 2–4.
- Więzkowska M., *Komputer w rodzinie – wyzwaniem dla edukacji medialnej*, „Edukacja Zdrowotna. Kwartalnik Naukowy WSEZ” t. 3, 2006, nr 4.