

Krzysztof Czykier

**Zakres korzystania oraz funkcje, jakie pełnią
media elektroniczne w życiu dziecka z wiejskiej
rodziny wielopokoleniowej
(kwestie teoretyczno-metodologiczne)**

Inspiracją do poznania i analizy problemu dotyczącego zakresu korzystania oraz funkcji, jakie pełnią media elektroniczne w życiu dziecka z wiejskiej rodziny wielopokoleniowej, były studia nad literaturą, badania naukowe, raporty i sondaże diagnostyczne ukazujące przemiany współczesnych rodzin wiejskich w zakresie ich uczestnictwa w kulturze oraz osobiste refleksje dotyczące 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 wiejskiej wielopokoleniowej) zdeterminowane jest polityką 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, rozwój oraz dominującą formę uczestnictwa w kulturze poszczególnych generacji wiejskich rodzin wielopokoleniowych.

Maria Ossowska¹ definiuje termin „pokolenie” jako zbiorowość ludzi, którzy urodzili się w tym samym czasie i dlatego znajdują się w tej samej fazie cyklu biologicznego i biografii społecznej. Każda grupa ludzi charakteryzuje się swoistymi cechami psychicznymi, pełni swoje role społeczne i różni się doświadczeniami życiowymi. Każde pokolenie posiada trwale i charakterystyczne oblicze, stanowiące wynik dojrzewania całej grupy w tych samych, ale

¹ M. Ossowska, *Koncepcja pokolenia*, „Studia Socjologiczne” 1962, nr 2.

niepowtarzalnych okolicznościach. O ile więc różnice między pokoleniami są przejściowe i zanikają (gdy młodzi ludzie zajmują miejsce starszych), o tyle różnice między pokoleniami, grupami o wspólnym doświadczeniu i wspólnych wartościach są trwałe, a ich pojawienie się świadczy o zmianie społecznej².

W wiejskiej rodzinie wielopokoleniowej oprócz kultury słowa (obecnej w postaci interakcji międzygeneracyjnych) obecna jest również kultura audio-wizualna, kształtująca nowe oblicze uczestnictwa w kulturze i jej recepcję. Pokolenie starsze i średnie posiadające wzory pojmowania kultury i rozumowania rzeczywistości stworzone w oparciu o inne elementy niż pokolenie młodych, żyje w czasach „dewaluacji starego świata” i „narodzin nowego”. Pokolenie dzieci i młodzieży zaś, nie jest przygotowane do świadomego, racjonalnego korzystania z mediów elektronicznych. Rozwinięte i powszechne kontakty z miastem oraz oddziaływanie środków masowego przekazu wytworzyły zurbanizowany wzór życia rodziny wiejskiej. 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. Przeobrażeniom ulegają zjawiska obyczajowe, warunki ekonomiczne, hierarchia wartości, styl życia, formy uczestnictwa w kulturze. Jak twierdzi J. Żebrowski stary model rodziny przeżył się i nie bardzo pasuje do dzisiejszych czasów, a nowy jeszcze się nie ukształtował³. Następuje dezintegracja wewnątrzrodzinnej socjalizacji — w miejsce ustabilizowanych, wielostronnych, rodzinnych oddziaływań pojawia się coraz częściej socjalizacja pozarodzinna. Przekształceniom ulega funkcja socjalizacyjno-wychowawcza rodziny wiejskiej. 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, dziadków lub grupy rówieśniczej. Niektóre środki masowego przekazu mogą stać się bardziej atrakcyjnym, a nieraz nawet głównym wychowawcą dzieci i młodzieży — mogą stanowić konkurencję dla tradycyjnych instytucji edukacyjnych, związanych z nimi autorytetów⁴, ale również dla autorytetów wewnątrzrodzinnych (wartości i pozycji pokolenia rodziców i dziadków).

² R. Ziętek, *Z badań nad młodymi małżeństwami wiejskimi*, [w:] *Współczesne rodziny wiejskie*, H. Bednarski (red.), Bydgoszcz 1988.

³ J. Żebrowski, *Rodzina polska na przełomie wieków*, Gdańsk 2001.

⁴ A. Ogonowska, *Edukacja medialna. Klucz do rozumienia społecznej rzeczywistości*, [w:] *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria — praktyka — oddziaływanie*, M. Sokółowski (red.), Olsztyn 2003.

Skutkiem braku codziennego przebywania dziecka z rodzicami w czasie wolnym jest osamotnienie dziecka przed ekranem telewizora lub komputera, które stają się towarzyszami jego życia (dzieciństwa). Często jest to jedyny „domownik”, który kształtuje zainteresowania dziecka, jego charakter, który „rozumie” (w percepcji dziecka) jego potrzeby. Brak zainteresowania rodziców korzystaniem przez dziecko z mediów wpływa na niewłaściwy sposób i zakres odbioru różnych przekazów medialnych, nieracjonalną ilość czasu poświęcaną mediom, nieadekwatną częstotliwość, porę odbioru, tematykę, rodzaj programów. Dzieci chętnie zatem oglądają treści skierowane zarówno do nich, ludzi młodych, jak również do ludzi dorosłych — często o zróżnicowanej tematyce społeczno-moralnej, nasycone obrazami przemocy, erotyką. Jak pisze Anna Przecławska, inicjacja kulturalna dokonuje się nie przez kolorową książeczkę czy opowiadanie dzieciom bajki, ale przez reklamę telewizyjną⁵. Szczególnie w sytuacji ograniczonej dostępności oferty intelektualnej, kulturalnej i rozrywkowej (uwzględniając zarówno możliwości rodziny wiejskiej, jak i środowiska lokalnego), media stanowić mogą jedno z podstawowych źródeł wiedzy, informacji, a także rozrywki. Tym bardziej, że przemiany związane z transformacją systemową ograniczyły działalność lub całkowicie zlikwidowały instytucje kulturalno-oświatowe w środowisku wiejskim. Jeśli brak jest placówki kulturalnej w miejscu zamieszkania, cała zbiorowość uważa się za „zwolnioną” niejako z pozadomowego, zbiorowego uczestnictwa w kulturze. Jej miejsce zajmują media (telewizja i inne media elektroniczne), które są atrakcyjne, powszechne, zaś dostęp do nich jest łatwy i stosunkowo tani. Mediatyzacja życia rodzinnego dotyczy fizycznego, intelektualnego i emocjonalnego rozwoju dziecka, a także wychowawczego funkcjonowania całej rodziny. Dziecko traci swoją „przestrzeń dziecięcą i dziecięce walory”, gdyż staje wobec problemów i zadań razem z dorosłymi i tak jak dorosły: wobec problemów społecznych, biedy, bezrobocia, marginalizacji, zaburzonych relacji między dorosłymi, rozpadu rodziny⁶. Nowe media, nowe technologie multimedialne, korzystanie z nich, „przebywanie” w świecie mediów prowadzą do nowej jakości życia⁷. Dwudziestowieczne media przestały być wyłącznie „nośnikiem informacji”, są zaangażowane w konstruowanie wspól-

⁵ A. Przecławska, *Przestrzeń życia człowieka — między perspektywą mikro i makro*, [w:] *Pedagogika społeczna. Pytania o XXI wiek*, A. Przecławska, W. Theiss (red.), Warszawa 1999, s. 17.

⁶ *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym. Wybrane zagadnienia i źródła z pedagogiki społecznej*, J. Izdebska (red.), Białystok 2003.

⁷ J. Izdebska, *Rola mass mediów w kształtowaniu przez dziecko obrazu świata*, [w:] *Media a Edukacja*, W. Strykowski, (red.), Poznań 2000.

czesnych tożsamości, zaś wizualizacja przekazu jest jedną z najbardziej charakterystycznych cech współczesnej kultury. Jak pisze Jadwiga Izdebska⁸ audiowizualność stała się dziś dla człowieka podstawową orientacją o świecie, ludziach, środowisku. Kultura wizualna, zdominowana przez obraz kształtuje nowe oblicze uczestnictwa i inny sposób recepcji kultury, niż ma to miejsce w kulturze słowa. Przekaz pośredni stanowi zatem podstawową płaszczyznę spontanicznych kontaktów z kulturą. Postępująca „audiowizualizacja” współczesności zmienia nasze środowisko, tworząc nową przestrzeń edukacyjną, a współczesne media są czymś więcej niż tylko nośnikami komunikacji, są narzędziami, jakimi dysponuje jednostka w poznawaniu rzeczywistości⁹.

Ten aspekt funkcjonowania mediów jest bardzo istotny. Media w tym rozumieniu nie są środkami przekazu mającymi status autonomicznej siły społeczno-kulturowej, wywierającej przemożny wpływ na życie społeczne, postawy, kulturę (określone formułą „co media robią z człowiekiem?”). W myśl paradygmatu wykorzystania mediów należy zastanowić się „co ludzie robią z mediami?”. Przypomnę tylko, że zakłada on instrumentalny, służebny charakter środków przekazu, traktując je jako źródła określonych informacji i doznań, narzędzia zaspokojenia określonych potrzeb. Centralną kategorią są tutaj nie tyle skutki komunikowania, co raczej potrzeby, motywy, cele, jakimi kierują się odbiorcy. W najpełniejszej postaci występuje on na gruncie tzw. podejścia „użytkowań i korzyści”¹⁰, które wynika z założeń pedagogiki humanistycznej i mówi, że dziecko od początku swego życia wchodzi w różne interakcje społeczne, poznawcze, których źródłem są różne osoby, kultura, telewizja, inne media. Zgodnie z założeniami tej teorii dziecko w procesie odbioru jest aktywnym podmiotem. „Używa” ono mediów dla własnych celów, dla zaspokojenia indywidualnych potrzeb dzięki własnej aktywności. Przelącznie kanałów wprowadza je w inny świat, który dziecko samo tworzy i dowolnie przekształca. Nie jest ono zatem pasywnym odbiorcą mediów, ale korzysta z nich dla zaspokojenia własnych potrzeb, zainteresowań. o tym, że odbiorcy nie są pasywnym obiektem oddziaływania mediów, a media są instrumentem w rękach aktywnych i świadomych swych dążeń odbiorców, którzy używają ich w celu zaspokojenia określonych potrzeb, mówią założenia generalnego modelu korzystania z mediów¹¹. Zgodnie z założeniami tego modelu,

⁸ *Dziecko w rodzinie i w środowisku rówieśniczym...*, op. cit.

⁹ W. Jakubowski, *Edukacja*

¹⁰ M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mediów*, 1991.

¹¹ Ibidem.

przekaz i skutki odbioru występują w kontekście interakcji zachodzących między czynnikami makrospołecznymi (kultura, struktura społeczna) a mikrospołecznymi (czynniki, predyspozycje jednostki). Model ten łączy problematykę wykorzystania i oddziaływania mediów oraz postuluje rozpatrywanie tej problematyki (relacje: media — odbiorca) w kontekście uwarunkowań społecznych, kulturalnych, psychologicznych. Uwzględnia zarówno „korzystanie z mediów przez odbiorcę”, jak i „oddziaływanie mediów na odbiorcę”.

Ustalenie korzyści, 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 (na co wskazują liczne prace naukowe¹²), zmierzającym do interpretowania współczesnych mediów nie tylko jako nośników komunikacji, ale również jako narzędzi, którymi dysponuje człowiek w poznawaniu rzeczywistości¹³, odgrywających w życiu odbiorcy istotną rolę w budowaniu jego wiedzy, opinii o otaczającym świecie, jak również rozumieniu zjawisk i procesów w nim zachodzących. Warto więc poszukiwać odpowiedzi na pytanie dotyczące właściwego wykorzystania potencjału mediów elektronicznych, dającego możliwość nowych szans wychowawczych, socjalizacyjnych, edukacyjnych pokoleniu dzieci i młodzieży z wiejskich rodzin wielopokoleniowych.

Podstawowym celem poznawczym prowadzonych przeze mnie badań jest m.in. uzyskanie wiedzy na temat uczestnictwa dzieci i młodzieży wielopokoleniowych rodzin wiejskich w kulturze audiowizualnej. Celem praktycznym badań jest opracowanie programu (rodzinnej) edukacji medialnej, której celem jest przygotowanie zwłaszcza dzieci i młodzieży do racjonalnego korzystania z mediów elektronicznych.

Przedmiotem badań czynię media elektroniczne (telewizja, radio, komputer, Internet) w rodzinach wiejskich wielopokoleniowych — zakres korzystania z mediów oraz funkcje, jakie one pełnią w życiu młodej generacji w dobie procesów globalizacji i transformacji systemowej. Z tak sformułowa-

¹² M.in. L. Adamczuk, T. Kurpiowska, 1991; H. Bednarski, 1987; M. Braun-Galkowska, 1995; W. Chyla, 1999; M. Dziubińska-Michalewicz, 2003; S. Dylak, 1995; K. Ferenz, 1995; M. Filipiak, 2001; J. Fiske, 2003; J. Grad, U. Kaczmarek, 1996; J. Gajda, 2003; T. Goban-Klas, 1999; M. Hopfinger, 1985; J. Izdebska, 1981, 1991, 1996, 2004; S. Juszczak, 2002; A. Kołodziejczyk, 2004; L. Kirwil, 1994; B. Kosek-Nita, 1991; M. Krzyśko, 2000; M. Lisowska-Magdziarz, 2000; M. Mrozowski, 1991, 2001; T. Paklepa, 2003; A. Przecławski, 2000; M. Sokółowski, 2003, 2004; W. Strykowski, 2000, 2002; E. Trempała, 2001; A. Tysza, 1971; M. Wawrzak-Chodaczek, 1997, 2000; L. W. Zacher, 1997; J. Urbanek, 2002.

¹³ W. Jakubowski, *Edukacja i kultura...*, op. cit.

negu przedmiotu badań wynika konieczność udzielenia odpowiedzi na następujące problemy badawcze:

- jaki jest obraz uczestnictwa młodej generacji rodziny wiejskiej wielopokoleniowej w kulturze audiowizualnej na tle innych form uczestnictwa w kulturze?
- jakie funkcje pełnią TV i inne media elektroniczne (radio, komputer, Internet) w życiu dzieci i młodzieży z rodziny wiejskiej wielopokoleniowej?

W kontekście pierwszego problemu badawczego ustalić należy, jaki jest zakres uczestnictwa dzieci rodziny wiejskiej wielopokoleniowej w kulturze audiowizualnej, a zatem:

- które media elektroniczne (telewizja, radio, komputer, Internet) są preferowane przez badanych?
- jakie typy przekazów medialnych są odbierane i preferowane przez dzieci z badanych rodzin (np. seriale, dokumenty, przyrodnicze, muzyczne)?
- jaka tematyka przekazów medialnych interesuje badanych?
- jaką część czasu wolnego, jakim dysponują badani, przeznaczają oni na korzystanie z mediów elektronicznych?
- jak często, o jakiej porze najczęściej dzieci korzystają z poszczególnych mediów elektronicznych i określonych przekazów medialnych?
- jakie motywy decydują o wyborze określonych mediów i tematyki przekazów medialnych?

Chciałbym zwrócić uwagę na ostatni obszar. W powszechnym rozumieniu motyw to rodzaj bodźca, który uruchamia aktywność człowieka, jego procesy fizjologiczne, psychiczne, społeczne. Motyw decyduje również o zachowaniu kulturalnym człowieka. Motyw ujmowany jest jako względnie stała dyspozycja osobowościowa, która determinuje dążenie do celu, jako siła napędowa leżąca u podłoża ludzkiego zachowania¹⁴. Od jakości motywów zależy również uczestnictwo w kulturze audiowizualnej, czyli zakres, częstotliwość i 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 korzystających z tych mediów. Podmiot, podejmując decyzję o korzystaniu z określonych mediów elektronicznych myśli również o pewnych korzyściach wynikających z ich używania, dlatego

14

K. B. Madsen, *Współczesne teorie motywacji*, Warszawa 1980.

też przyjmują następujące typy motywów uczestnictwa w kulturze audiowizualnej, które traktują równocześnie jako wskaźniki funkcji pełnionych przez media elektroniczne w życiu dzieci z rodzin wiejskich wielopokoleniowych:

- zdobywanie nowych informacji, wiadomości, wiedzy,
- korzystanie z możliwości zabawy, relaksu,
- odreagowanie zmęczenia i znużenia, regenerowanie sił fizycznych i psychicznych zużytych w czasie nauki szkolnej, pracy fizycznej,
- uzyskiwanie wzorów do naśladowania,
- wspólne przebywanie z pozostałymi domownikami,
- kompensowanie braków kulturalnych, edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz odpoczynku i rozrywki.

Drugi problem badawczy dotyczy ustalenia funkcji, jakie pełnią TV i inne media elektroniczne (radio, komputer, Internet) w życiu dzieci i młodzieży z rodziny wiejskiej wielopokoleniowej.

Pojęcie funkcji w literaturze naukowej jest definiowane w różny sposób. Samo pojęcie funkcji (z łac. *functio* — czynność)¹⁵, utożsamiane jest w naukach społecznych z zadaniami, innym razem z rolą, potrzebami lub działaniem, utożsamiając zakres pojęciowy tych pojęć i używając ich zamiennie. Rola definiowana jest w kontekście znaczenia o wiele szerszego, nadrzędnego w stosunku do funkcji i oznacza miejsce w określonym układzie czy systemie, miejsce narzucające pewne funkcje, pewne działanie¹⁶. Anna Przecławska¹⁷ wskazuje natomiast na różnice znaczeniowe między pojęciem funkcji a potrzeby, twierdząc, że potrzeba jest przeżyciem subiektywnym, którego pewnym przejawem są motywy, natomiast funkcja jest obiektywnym działaniem. Działanie rozumiane jest tutaj jako zespół czynności prowadzących do pewnych zmian. Stwierdzić więc można, że funkcja to działanie danego elementu w układzie, do którego ów element należy, prowadzące do osiągnięcia określonego celu, rezultatu, korzyści.

Przyjmując podmiotowe ujęcie charakteru relacji człowiek — media, w którym to człowiek ujmowany jest jako indywidualność, jednostka kreatywna, aktywna, będąca nie tylko pasywnym obiektem manipulacji mediów, ale też aktywnym ich twórcą i odbiorcą, interesuje mnie trzeci komponent funkcji, który wyszczególnił Z. Tysza (1 — zadania, 2 — działania, 3 —

¹⁵ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Warszawa 1975, s. 264.

¹⁶ I. Tettełowska, *Szkice prasoznawcze*, Kraków 1972.

¹⁷ A. Przecławska, *Zróżnicowanie kulturalne młodzieży a problemy wychowania*, Warszawa

efekty działania). Przyjmuję, że wskaźnikami wspomnianych efektów działania mediów, są określone korzyści, jakie czerpią odbiorcy poprzez częsty, systematyczny kontakt z mediami.

Pośród wielu ustalonych klasyfikacji funkcji mediów¹⁸, zwracam uwagę na następujące funkcje pełnione przez media elektroniczne w kontekście korzyści wynikających z ich użytkowania: funkcja poznawczo — informacyjna, rozrywkowa, odpoczynku, wzorotwórcza, integrująca, kompensacyjna.

W celu ustalenia funkcji, jakie pełnią TV i inne media elektroniczne (radio, komputer, Internet) w życiu dzieci i młodzieży z rodziny wiejskiej wielopokoleniowej należy uzyskać wiedzę dotyczącą następujących kwestii:

- czy i w jakim stopniu dzieci poprzez częste korzystanie z określonych przekazów medialnych zdobywają informacje z różnorodnych dziedzin życia, nauki, techniki, kultury, dzięki którym mogą poznać i zrozumieć wiele aktualnych wydarzeń życia społecznego, gospodarczego i kulturalnego, mogą wzbogacać wiedzę, uzupełniać braki edukacji, rozwijać swoje zainteresowania?
- w jakim stopniu młode pokolenie poprzez oglądanie określonych typów programów korzysta z możliwości dobrej zabawy, relaksu, przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń?
- w jakim stopniu dzieci poprzez odbiór programów niewymagających większej koncentracji, wysiłku intelektualnego bądź silnych przeżyć emocjonalnych, odciążają zmęczenie i znużenie, regenerują siły fizyczne i psychiczne zużyte w czasie nauki szkolnej, pracy fizycznej?
- czy i w jakim stopniu badani, korzystając z przekazów medialnych,

¹⁸ M.in. J. Gajda, *Telewizja, młodzież, kultura*, Warszawa 1987 — Janusz Gajda omawiając funkcje telewizji o charakterze kulturotwórczym, włącza w nie również funkcje oświatowe i wychowawcze, wyodrębniając funkcje podstawowe (główne) i funkcje towarzyszące (pochodne): funkcja upowszechniania różnorodnych treści (informacyjna, edukacyjna, estetyczna, eksplikacyjna, kompensacyjna); funkcja ludyczna (rozrywkowa, relaksowa, estetyczna); funkcja stymulująca (estetyczna i wychowawcza); funkcja wzorotwórcza (wychowawcza, edukacyjna); funkcja interpersonalna (wychowawcza, informacyjna). Również: J. Izdebska, *Rodzina, dziecko, telewizja*, Białystok 1996 — Jadwiga Izdebska, koncentrując się na telewizji jako czynniku wspomagającym proces wychowania dziecka w rodzinie, wyróżnia następujące funkcje: wychowawczą, poznawczą, rozrywkową, odpoczynkową, inicjującą i inspirującą, integrującą rodzinę, kompensującą oraz dysfunkcję dezintegrującą rodzinę; M. Wawrzak-Chodaczek, *Miejsce telewizji w życiu codziennym rodziny*, Wrocław 1997 — wskazuje na następujące funkcje środków masowego przekazu, które stanowią ich optimum: informowanie (dostarczanie informacji w formie dostępnej, użytecznej dla odbiorcy), socjalizacja i integracja (umożliwianie uczestnictwa społecznego), zachowanie tradycji i wartości kulturalnych oraz wprowadzenie innowacji, funkcje kulturalne (ekspresja i transmisja kultury) i psychologiczne (rozrywka), rządzenie (media stanowią kanały informacji od rządu do społeczeństwa i odwrotnie), kierowanie i zarządzanie, udział w życiu gospodarczym (same media są też przedsiębiorstwami, ale również stymulują rozwój ekonomiczny), oświata i wychowanie (media upowszechniają wiedzę i kształtują systemy wartości).

- poznają określone style życia, ideały, obowiązujące normy społeczno-moralne, obyczajowe; czy i w jakim stopniu wprowadzani są w świat wartości kultury, wzorów postępowania i zachowania?
- w jakim stopniu badani odczuwają potrzebę wspólnego spędzania czasu, porozumiewania się między sobą podczas emisji programu, wyrażania swoich uczuć gestem, mimiką, słowami, potrzebę wzajemnego wyjaśniania niezrozumiałych kwestii, dyskusji po obejrzeniu programu?
 - czy i w jakim stopniu wspólny wybór i korzystanie z przekazów medialnych wpływa na wzmacnianie więzi wewnątrzrodzinnych między członkami badanych rodzin wielopokoleniowych?
 - w jakim stopniu badani, korzystając z określonych przekazów medialnych, kompensują braki kulturalne środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku, zabawy i rozrywki?

W oparciu o literaturę przedmiotu, przyjęte teorie oraz spostrzeżenia formułuję następujące hipotezy badawcze:

1) Przypuszczam, że uczestnictwo w kulturze młodego pokolenia z wiejskich rodzin wielopokoleniowych jest ograniczone do mediów elektronicznych. Badani są konsumentami kultury audiowizualnej, sporadycznie uczestniczą w różnych formach kultury wyższej. Dominującym medium we wszystkich pokoleniach jest telewizja. Można jednak mówić o zróżnicowaniu dotyczącym zakresu i częstotliwości korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych oraz preferowanych treści. Pokolenie młode prezentuje stosunkowo wyższą aktywność kulturalną niż pozostałe generacje, na co wpływ ma edukacja szkolna oraz grupa rówieśnicza. Młodzież ucząca się poza miejscem zamieszkania częściej korzysta z różnych mediów (telewizyjcyfrowa, DVD) i multimediów (komputer, Internet, telefon komórkowy) oraz częściej niż pozostałe generacje partycypuje w kulturze wyższej. Pokolenie rodziców (średnie) uczestniczy głównie w kulturze audiowizualnej (korzystając z telewizji, a także innych mediów elektronicznych). Generacja ta prezentuje największe zróżnicowanie, jeżeli chodzi o aktywność kulturalną, co warunkowane jest głównie poziomem wykształcenia badanych. Wyższe wykształcenie warunkuje częstsze uczestnictwo w kulturze wykraczające poza kulturę audiowizualną (wyjazdy do kina, filharmonii, teatru). Uczestnictwo w kulturze pokolenia starszego ogranicza się do korzystania z telewizji. Zakładam, że zróżnicowanie uczestnictwa w kulturze generacji badanych rodzin zależy od

takich czynników, jak pokoleniowość, wiek, poziom wykształcenia, tradycje życia kulturalnego środowiska rodzinnego i lokalnego, warunki materialne, wyposażenie gospodarstwa domowego w dobra kultury, sieć dostępnych instytucji kulturalnych środowiska lokalnego wiejskiego.

2) Przypuszczam, że media elektroniczne (telewizja, radio, komputer, Internet) w rodzinach wielopokoleniowych wiejskich pełnią wiele funkcji (poznawczo-informacyjną, rozrywkową, odpoczynku, wzorotwórczą, integrującą, kompensacyjną), w stopniu jednak zróżnicowanym, jeżeli chodzi o korzyści (ich rodzaj, zakres, charakter), jakie czerpią badane pokolenia z poszczególnych mediów. Pokolenie starsze korzystając głównie z telewizji, zdobywa informacje dotyczące wielu aktualnych wydarzeń z życia społecznego kraju, Europy i świata. Pokolenie średnie pozyskuje informacje, dzięki którym poznaje i rozumie wiele aktualnych wydarzeń życia społecznego, gospodarczego, związanych z problemami środowiska lokalnego, przemianami wsi, biznesu, kierując się możliwością praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy we własnym gospodarstwie czy w procesie wychowywania dzieci. Pokolenie młode znacznie częściej niż pozostałe generacje korzysta z mediów elektronicznych i multimediiów w celu zdobycia informacji związanych z własnymi zainteresowaniami (dotyczącymi np. muzyki, mody, filmu, sportu, problemów młodzieży), poznając przy tym różne style życia, ideały, obowiązujące normy społeczno-moralne, obyczajowe, wzory postępowania i zachowania. Wszystkie generacje, korzystając z określonych przekazów medialnych bądź multimedialnych, kompensują braki kulturalne środowiska rodzinnego i lokalnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form rozrywki i odpoczynku. W niektórych tylko rodzinach wspólny wybór i korzystanie z przekazów medialnych lub multimedialnych wpływa na wzmacnianie więzi wewnątrzrodzinnych między członkami badanych rodzin wielopokoleniowych. Przypuszczam, że zróżnicowanie dotyczące korzyści, jakie czerpią z mediów poszczególne generacje badanych, uwarunkowane są takimi czynnikami, jak zakres i częstotliwość korzystania z mediów elektronicznych i multimediiów, motywy wyboru określonych mediów i tematyki przekazów, rodzaj i rytm wykonywanej pracy zawodowej, sieć instytucji kulturalnych środowiska lokalnego wiejskiego, pokoleniowość, wiek, poziom wykształcenia.

W celu weryfikacji hipotez planowane są 3-etapowe badania. Pierwszy etap to badania ankietowe skierowane do 417 osób (pokolenie dzieci i młodzieży, rodziców, dziadków) spośród celowo dobranych wiejskich rodzin wielopokoleniowych. Ten etap badań pozwoli na poznanie i określenie „obrazu”

uczestnictwa trzech generacji rodziny wiejskiej w kulturze audiowizualnej, zakresu, częstotliwości korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych (telewizja, radio, komputer, Internet) oraz funkcji, jakie pełnią media elektroniczne w życiu badanych pokoleń (młodego, średniego i starszego) na tle innych form ich aktywności kulturalnej. Drugi etap badań z wykorzystaniem techniki wywiadu środowiskowego obejmie 120 osób (pokolenie dzieci i młodzieży, rodziców, dziadków) spośród celowo dobranych wiejskich rodzin wielopokoleniowych. Ten etap badań pozwoli na rekonstrukcję centralnych zdarzeń dnia codziennego przedstawicieli badanych generacji dotyczących korzystania z mediów elektronicznych oraz umożliwi ustalenie, w jakim zakresie media elektroniczne są dla poszczególnych generacji rodziny wiejskiej źródłem informacji umożliwiającym im poznawanie zachodzących ważnych przemian, wydarzeń w Polsce, w Europie i na świecie, narzędziem kształtującym opinie badanych, stymulującym ich do przemyśleń, rozmowy, dyskusji. Trzeci etap dotyczyć będzie najmłodszych dzieci. Ta część obejmuje badania z wykorzystaniem technik projekcyjnych: test niedokończonych zdań (30 dzieci) oraz analiza treści wytworów działalności dziecka (rysunki wykonywane przez 30 dzieci). Efekt końcowy związany będzie z przeprowadzeniem międzygeneracyjnej analizy porównawczej w celu ustalenia tego, co łączy oraz tego, co dzieli poszczególne generacje badanych rodzin wiejskich wielopokoleniowych, jeżeli chodzi o ich uczestnictwo w kulturze audiowizualnej, ustalenia dominującego typu kultury w badanych rodzinach (postfiguracywnej, kofiguracywnej, prefiguracywnej), określenia typów uczestnictwa badanych rodzin w kulturze audiowizualnej, opracowania programu (rodzinnej) edukacji medialnej, której celem jest przygotowanie zwłaszcza dzieci i młodzieży do racjonalnego korzystania z mediów elektronicznych. ■