

Medialne kody
w wyobraźni i języku dziecka

Prace Naukowe



Uniwersytetu Śląskiego
w Katowicach
nr 3754

50 lat
**Uniwersytetu
Śląskiego**
w Katowicach

[Kup książkę](#)

Medialne kody w wyobraźni i języku dziecka

pod redakcją
EMILII BAŃCZYK, NATALII MOĆKO

Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego ■ Katowice 2018

[Kup książkę](#)

Redaktor serii: Językoznawstwo Polonistyczne
BOŻENA WITOSZ/MIROŚLAWA SIUCIAK

Recenzenci:

JÓZEF PORAYSKI-POMSTA, MAŁGORZATA ROCLAWSKA-DANILUK

Spis treści

Wstęp (<i>Emilia Bańczyk</i>)	7
---	---

Część I

Oddziaływanie mediów na język i myślenie dzieci

BERNADETA NIESPOREK-SZAMBURSKA: Ile <i>tekstomowy</i> w wypowiedziach pisemnych gimnazjalistów?	13
ANNA PODEMSKA-KAŁUŻA: Blogi uczniowskie – manifest indywidualizmu pokolenia multimediów	37
EDYTA MANASTERSKA-WIĄCEK: Reklama „do szpiku kości” w wypowiedziach dzieci	57
ANNA GRANAT: Wpływ mediów na prototypowe myślenie i językowe operowanie schematami przez dzieci w wieku przedszkolnym	70

Część II

Media a edukacja

JAŚMINA ŚMIECH: Morał w filmie animowanym dla dzieci jako źródło wiedzy o wartościach	89
ВИКТОРИЯ ШАДРИНА: О некоторых особенностях формирования идентичности ребенка в медиаобразовании	110

GANNA OKHRIMENKO: Базовые принципы и уровни медиаграмотности абитуриентов в Украине	121
---	-----

Zamiast zakończenia

EMILIA WAŃCZYK: O kilku płaszczyznach oddziaływania mediów na dzieci	133
--	-----

Wstęp

Współcześnie zaciera się granica między tym, co medialne, a tym, co realne. Medialność przestaje być opozycją wobec rzeczywistości, stając się stopniowo jej coraz bardziej istotną częścią. Co więcej, dotyczy to nawet świata wirtualnego (sic!). Na równoprawność światów *online* i *offline* zwraca uwagę Lev Manovich i rzeczywiście trudno dziś się z nim nie zgodzić, i w refleksji nad współczesną kulturą dystansować się wobec hiperrzeczywistości. Media cyfrowe stanowią jeden z najważniejszych kulturowych wyróżników naszych czasów, a ich błyskawiczna i stała ewolucja napędza zmiany społeczne. Największy potencjał oddziaływania wykazują media elektroniczne wobec najmłodszych pokoleń, stając się dla nich naturalnym środowiskiem rozwoju, źródłem wiedzy, środkiem komunikacji.

Niniejsza wieloautorska monografia podejmuje niezwykle obszerne zagadnienie wpływu mediów na sposób myślenia i język dziecka. Podstawowym założeniem zbioru, widocznym we wszystkich zgromadzonych w publikacji tekstach, jest przekonanie, że obecność mediów w życiu dziecka znacząco wpływa na jego sposób postrzegania świata. Upatrujemy zatem w technologii siły determinującej sposób myślenia, a co za tym idzie – swoistego ducha pokoleń wychowywanych przy udziale różnych mediów. Oddziaływanie to odbywa się zarówno przez dobór konkretnych przekazów medialnych, z którymi dziecko ma kontakt, ale też zgodnie z tezą Marshalla McLuhana przez samo medialne zapośredniczenie. Obserwowanie nawet drobnych sygnałów zmian w myśleniu (języku) dzieci, które są pochodną obcowania z mediami, wydaje się z punktu widzenia lingwisty, pedagoga, ale też socjologa czy antropologa, imperatywem, mającym uchronić świat społeczny przed luką pokoleniową i społeczną dezintegracją.

Opracowanie relacji media – dziecko zostało podzielone na dwie części. Pierwszą z nich poświęcono oddziaływaniu mediów na język i myślenie dzieci. Niejednokrotnie głos zostaje tu oddany młodemu pokoleniu, które będzie formułowało swoje zdanie wobec przekazów medialnych. Część druga podejmuje wątek edukacyjnej oferty mediów, ale też przynosi ogólne rozważania dotyczące edukacji medialnej. Charakteru podsumowania nabiera ostatni zamieszczony w tomie tekst, opisujący różne płaszczyzny oddziaływania mediów na dzieci.

Publikację otwierają rozważania Bernadety Niesporek-Szamburskiej na temat wpływu *tekstomowy* na wypowiedzi pisemne gimnazjalistów. *Tekstomowa* jest neologizmem autorki, która pod tym pojęciem rozumie język SMS-ów. W opracowaniu badaczka dokonuje analizy jakościowo-ilościowej i zestawia charakterystyczne cechy owej *tekstomowy* z językiem wypracowań, dochodząc do wniosku, że influencja języka SMS-ów na pisemne wypowiedzi gimnazjalistów jest zaskakująco niewielka. Badaczka stwierdza przy tym jednak, że komunikacja za pośrednictwem telefonu komórkowego/smartfonu zmienia postawę młodych ludzi wobec języka.

Tekst Anny Podemskiej-Kałuży stanowi obszernie omówienie specyfiki blogów uczniowskich na tle współczesnych przemian kulturowych, np. takich jak kultura impulsów. Autorka zwraca uwagę na cechy blogów, tj. spontaniczność, unikanie kontaktu z rzeczywistością dorosłych czy uzależnienie trwałości od odbioru, a także charakteryzuje język dzienników elektronicznych. Badaczka dostrzega ponadto zalety prowadzenia bloga dla rozwoju warsztatu pisarskiego uczniów, którzy dzięki blogom stają się uczestnikami działań literackich w sieci.

Artykuł Edyty Manasterskiej-Wiącek podejmuje kwestię stosunku młodego pokolenia wobec reklamy. Autorka zestawia ze sobą wypowiedzi dzieci przedszkolnych i nastolatków dotyczące reklamy i świata mediów. Ich analiza ukazuje stopniowy wzrost świadomości i rozumienia przez badanych przekazów medialnych, a także rosnący wobec nich sceptycyzm.

Zagadnienie wpływu mediów na prototypowe myślenie dzieci w wieku przedszkolnym przybliży Anna Granat. Badaczka anali-

zuje werbalizacje dziecięce pochodzące z audycji radiowej *Rozmowy Małe i Duże*, dotyczące postaci Świętego Mikołaja, i uznaje, że dziecięca konceptualizacja tej postaci wiąże się z jej wizerunkiem medialnym, w tym zwłaszcza reklamowym.

Perspektywę medialną przyjmuje z kolei Jaśmina Śmiech, która bada morały filmów animowanych dla dzieci pod kątem ich wychowawczego charakteru. Autorka analizuje miejsce, strukturę i treść morału w dwóch bajkach, tj. *Miś Uszatek* oraz *Parauszek i przyjaciele*. Badaczkę interesują przede wszystkim przemiany w postrzeganiu wartości w obu filmach animowanych, które stanowią świadectwo przemian kulturowych.

Negatywne skutki obcowania dzieci i młodzieży z mediami opisuje natomiast Victoriia Shadrina. Wskazuje ona, że niektóre przekazy medialne przyczyniają się do wzrostu agresji, przemocy i konfliktów z prawem wśród młodych pokoleń. Badaczka podejmuje próbę znalezienia rozwiązania tego problemu.

Zagadnieniem edukacji medialnej z kolei zajmuje się Ganna Okhrimenko. Autorka opisuje umiejętność korzystania z mediów przez studentów, do której zalicza m.in. sceptyczną postawę wobec medialnych treści, krytyczną ocenę czy motywację do wyszukiwania konkretnych informacji.

Charakter podsumowujący ma opracowanie Emilii Bańczyk. Autorka stara się wskazać obszary, w których możemy mówić o oddziaływaniu mediów na najmłodsze pokolenia. Dzieli przy tym płaszczyzny medialnego wpływu na językową, społeczną i mentalną.

Większość zgromadzonych w tomie tekstów zostało wygłoszonych podczas ogólnopolskiej konferencji naukowej *Medialne kody w wyobraźni i języku dziecka*, która odbyła się 1 czerwca 2015 roku na Uniwersytecie Śląskim w Katowicach. Ich udoskonalone wersje, a także zupełnie nowe opracowania oddajemy w ręce Czytelnika w postaci tej monografii, licząc, że stanie się ona inspiracją do dalszych badań nad relacją media – dziecko.

Emilia Bańczyk

Redakcja: KATARZYNA KOCUR, OKSANA MAŁYSA

Projekt okładki: AGATA AUGUSTYNIK

Redakcja techniczna: MAŁGORZATA PLEŚNIAR

Korekta: MARZENA MARCZYK

Łamanie: ALICJA ZAŁĘCKA

Copyright © 2018 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336

ISBN 978-83-226-3449-3

(wersja drukowana)

ISBN 978-83-226-3450-9

(wersja elektroniczna)

Wydawca

Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego

ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice

www.wydawnictwo.us.edu.pl

e-mail: wydawus@us.edu.pl

Wydanie I. Ark. druk. 10,75. Ark. wyd. 9,5.

Papier offset, kl. III, 90 g

Cena 22 zł (+ VAT)

Druk i oprawa:

Volumina.pl Daniel Krzanowski

ul. Księcia Witolda 7-9, 71-063 Szczecin

[Kup księ](#)