

Streszczenie pracy doktorskiej:

Kompetencje społeczne osób pokolenia X i Y w kontekście mediatyzacji rzeczywistości

Celem dysertacji, zatytułowanej „*Kompetencje społeczne osób pokolenia X i Y w kontekście mediatyzacji rzeczywistości*” jest diagnoza poziomu wybranych kompetencji społecznych (asertywności, kooperacji, towarzyskości, zaradności społecznej oraz kompetencji społecznikowskich) osób wymienionych generacji, które przeżywają obecnie etap średniej i wczesnej dorosłości. Okres dojrzewania pokolenia X i pokolenia Y przebiegał w różnych uwarunkowaniach związanych ze zmianami społecznymi i kulturowymi oraz mediatyzacją rzeczywistości. Pokolenie X dorastało w okresie, w którym dominującą rolę odgrywała telewizja, natomiast w młodości generacji Y coraz większe znaczenie miały komputer i Internet.

W pracy przyjęto, że kompetencje społeczne to złożone umiejętności warunkujące efektywność radzenia sobie w określonego typu sytuacjach społecznych, nabywane przez jednostkę w toku treningu społecznego.

Oprócz określenia poziomu wybranych kompetencji społecznych i porównania w tym zakresie reprezentantów obu pokoleń, badanie dotyczy stopnia pozytywności wobec siebie i innych (JA-OK; WY-OK), obejmuje diagnozę wymiarów mediatyzacji codzienności wyrażoną przez czas i siłę nawyków w korzystaniu z mediów oraz określa związki pomiędzy poziomem kompetencji społecznych i stopnia pozytywności wobec siebie i innych, a wymienionymi wymiarami mediatyzacji.

Badanie i analizy przeprowadzono w latach od końca 2018 do marca 2020 roku na grupie 358 osób. Średnia wieku osób z pokolenia X wynosiła 41 lat, z pokolenia Y – 26 lat.

W celu zebrania materiału empirycznego posłużono się następującymi narzędziami diagnostycznymi: kwestionariuszem Profil Kompetencji Społecznych PROKOS autorstwa Anny Matczak i Katarzyny Martowskiej, Kwestionariuszem Ustosunkowań KU autorstwa Anny Sukiennik, Kwestionariuszem ankiety skonstruowanym przez autora pracy na potrzeby badania. Ankieta zawiera skale pozwalające na określenie: czasu przeznaczonego na korzystaniu z mediów (czytanie prasy, czytanie książek, słuchanie radia/muzyki, oglądanie

telewizji, korzystanie z Internetu); nasilenie nawyków medialnych (czytania prasy, czytania książek, słuchania radia/muzyki, oglądania telewizji, korzystania z Internetu), stwierdzenia skali zostały przetłumaczone z The Self-Report Habit Index SRHI autorstwa Basa Verpalnaken i Sheiny Orbell i sprawdzone w badaniu pilotażowym; ulubionej formy spędzania czasu wolnego, posiadanych urządzeń medialnych, ważność urządzeń medialnych. W ankiecie jest miejsce na wypełnienie podstawowych danych socjometrycznych respondentów.

Cel pracy związany jest z poznawczymi zadaniami pedagogiki medialnej, w której badania empiryczne pozwalają na określenie wzajemnego oddziaływania mediów i człowieka. Dysertacja ma charakter interdyscyplinarny, korzysta z dorobku pedagogiki, socjologii, psychologii, wiedzy o kulturze.

Zebrany materiał zawiera dwie części i jest podzielony na pięć rozdziałów. Część pierwsza obejmuje teoretyczne podstawy badania. Składa się ona z trzech rozdziałów. Treść I rozdziału zawiera elementy teorii pokoleń. Zaprezentowana jest tu wybrana definicja pokolenia oraz charakterystyka generacji X i Y. Opisywane grupy, w perspektywie rozwoju człowieka, tworzą osoby przynależące obecnie do wczesnej i średniej dorosłości. Realizacja zadań życiowych w dorosłości w znacznej mierze zależy od poziomu rozwoju kompetencji społecznych. Treścią rozdziału II są kompetencje społeczne. Ich rozwój uwarunkowany jest treningiem społecznym. Rozdział III koncentruje się na tematyce mediatyzacji rzeczywistości. Charakterystyka społeczeństwa masowego i sieciowego oraz rola mediów stanowią teoretyczną podstawę do wyboru i prezentacji temporalnego oraz nawykowego wymiaru mediatyzacji codzienności.

W części drugiej badawczej zawarte są dwa rozdziały. Rozdział IV prezentuje założenia metodologiczne, dotyczące przedmiotu, celu badań. Tworzą go przedstawione problemy badawcze wraz z pytaniami, hipotezami, zmiennymi, wskaźnikami oraz metoda, techniki i narzędzia badawcze. Została tu przedstawiona charakterystyka badanej grupy oraz opis przebiegu badania. W rozdziale V znajdują się analizy oraz dyskusje wyników oparte na danych uzyskanych podczas badania reprezentantów generacji X i Y. Dotyczą one poziomu kompetencji społecznych, stopnia pozytywności wobec siebie i innych oraz wymiarów czasowego i nawykowego mediatyzacji, które uzyskały oba pokolenia. Rozdział zawiera wnioski oparte na badaniu relacji jakie zachodzą pomiędzy zmiennymi.

Analiza zebranych danych pozwala stwierdzić, że poziom kompetencji społecznych osiągnęty przez przedstawicieli pokoleń X i Y przybiera wartości od bardzo niskich do bardzo

wysokich. Badane pokolenia charakteryzuje relatywnie porównywalny poziom kompetencji społecznych.

Również stopień pozytywności wobec siebie i innych reprezentantów pokoleń X i Y przybiera wartości od bardzo niskich do bardzo wysokich. Rozkłady otrzymanych rezultatów są analogiczne. Poziom zaufania do siebie oraz innych ludzi, jest zbliżony w obu badanych grupach. Wyniki badania wskazują, że wysokie poczucie własnej wartości oraz zaufanie wobec innych ludzi koreluje z wyższym poziomem umiejętności społecznych.

Oba pokolenia przejawiają jednakowe tendencje związane z czasem korzystania z mediów. Ze względu na czas poświęcony na użytkowanie mediów, pokolenie X można określić generacją prasy i telewizji, a pokolenie Y – generacją Internetu i książki. Na podstawie analizy wyników badania nasilenia nawyków w użytkowaniu mediów pokolenie X, można nazwać generacją czytelników prasy, natomiast pokolenie Y – generacją korzystania z Internetu oraz słuchania radia/muzyki.

Badanie ukazuje związki pomiędzy wymiarami temporalnym i nawykowym korzystania z mediów a poziomem kompetencji społecznych oraz stopniem pozytywności wobec siebie i innych prezentowanym przez reprezentantów pokolenia X i Y. Niższy poziom kompetencji społecznych występuje w sytuacji nasilenia nawyku korzystania z telewizji. Silniejszy nawyk oglądania telewizji przez reprezentantów obu pokoleń współwystępuje z niższym poczuciem własnej wartości. W pokoleniu Y nasilenie nawyku korzystania z Internetu łączy się z niższym zaufaniem do siebie i innych osób. Osoby tej generacji przeznaczające więcej czasu na czytanie książek cechują się wyższym poczuciem własnej wartości.

W zakończeniu pracy zostały zaprezentowane rekomendacje wynikające z analizy danych, które mogą posłużyć do tworzenia praktycznych projektów związanych z rozwojem kompetencji społecznych. Autor dysertacji jest przekonany, że przedstawione analizy i wnioski, będą służyły rozwojowi poznawczych zadań pedagogiki medialnej, opisujących relacje jakie zachodzą między człowiekiem a otaczającym światem i mediami.

