

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 przeznaczanego 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 ~~w~~ 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 ~~y~~. 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 osiągnięty 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.