

Mateusz Marciniak

mateusz.marciniak@amu.edu.pl

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## **STUDENCKIE STRATEGIE KORZYSTANIA Z MEDIÓW – BLOKADA OSIĄGNIĘĆ AKADEMICKICH?**

### **Wprowadzenie**

Środki masowego przekazu uważane są współcześnie za jedną z podstawowych sił kształtujących rzeczywistość. Dostarczają informacji, rozrywki i wiedzy, są kreatorem stylów życia oraz tożsamości, kształtują opinie i postawy, w oparciu o które podejmujemy działanie. W nurcie krytycznym podkreśla się, że promują kulturę popularną, postawy konsumpcyjne, rozrywkę, pochłaniają czas i powodują spadek zaangażowania obywateli. Czy aktywność medialna może też stanowić blokadę dla rozwoju młodzieży w kontekście akademickim (dla uczestnictwa w zajęciach na uczelni oraz osiągnięć akademickich)?

### **Zmediatyzowana rzeczywistość**

Media to kategoria kluczowa w opisie współczesnej rzeczywistości społeczno-kulturowej. Naszą cywilizację, społeczeństwo nazywa się bowiem m.in. informacyjnymi, sieciowymi, zmediatyzowanymi, technicyzowanymi... Media można zaliczyć (obok grup pierwotnych, gospodarki czy pracy) do instytucji socjalizujących dzieci i młodzież (Giddens, 2008, s. 50–51). Wszzechobecne środki masowego przekazu kształtują postawy, zachowania i wartości życiowe odbiorców, nawet jeśli nie chcą oni tego (Goban-Klas, 2005, s. 271–273). W jakim kierunku przebiega ta mediatyzowana socjalizacja? W literaturze (popularno)naukowej, ale też w oglądzie potocznym dość wyraźny jest dyskurs krytyczny wobec mediów, w którym trafiają one na „ławę oskarżonych” za „psucie” współczesnej młodzieży i dorosłych. Ta krytyka dotyczy m.in. podporządkowania mediów:

- **globalnym trendom**; mediom przypisuje się kluczową rolę w procesie globalizacji, która miała dotychczas głównie charakter negatywny: dotyczy ona ujednolicania kultur – amerykańzacji, mcdonaldyzacji czy disneizacji. Jej rezultatem jest m.in. powstanie „globalnych nastolatków”, żyjących poza przestrzenią geograficzną dzięki „połączeniu” za pomocą nowych technologii (Klein, 2004, s. 136–139; Ritzer, 2010);
- **zabawie i rozrywce**, które zyskują status najważniejszych aktywności życiowych. Ma ich dostarczać nie tylko udział w wydarzeniach kulturalnych czy sportowych, ale „także samo życie” (MacCannell, 2005, s. 9). Przekaz medialny podporządkowany kulturze popularnej, zorientowany na rozrywkę prowadzi do niedojrzałości i zdziecinienia odbiorców. Przedkładają oni „łatwe nad trudne, proste nad złożone i szybkie nad powolne” – ten wzorzec „etosu infantylizmu” promowany jest przez „strażników”, w tym media. Wycofują się one ze sfery publicznej, przekształcają debaty w spektakle, nie dając odbiorcom szans na rozwój postaw demokratycznych (Barber, 2008, s. 69–70, 129–175; Marciniak, 2012, s. 227–256);
- **logice rynkowej**; media (wraz z reklamami) są agendą komercjalizacji, promują „fałszywe”, „sztuczne” potrzeby, stając się siłą napędową rozwoju społeczeństwa konsumpcji oraz postaw konsumpcjonistycznych (Ritzer, 2010; Marciniak, 2015; Bauman, 2009). Zmienność znaczenia dóbr zapośredniczonego przez media wzmacnia z kolei powstawanie nietrwałej i zhybrydyzowanej tożsamości (Kluszczyński, 2008, s. 182–184).

Zestawienie elementów krytycznego dyskursu wokół mediów nie jest wyczerpujące<sup>1</sup>. Można je traktować jako listę skutków ubocznych, a obok stworzyć wykaz korzyści płynących z wykorzystywania mediów. Prowadzone obecnie analizy i badania mediów dotyczą głównie technologii cyfrowych oraz konsekwencji społecznych wynikających z ich użytkowania w codziennym życiu: nierówności cyfrowych; mediów społecznościowych, relacji mediów cyfrowych (online) z tradycyjnymi, ich wpływie na życie polityczne, kulturalne, społeczne czy tożsamość<sup>2</sup>. W tekście analizuję studenckie strategie

<sup>1</sup> W analizie pominięto wiele obszarów oddziaływania mediów, m.in.: promowanie i kształtowanie postaw i zachowań niepożądanych (np. modelowanie zachowań agresywnych, siedzącego stylu życia, cyberbullying, uzależnianie funkcjonalne od mediów itp.).

<sup>2</sup> CITAMS (*Communication, Information Technologies, and Media Sociology*), *Mission*, <https://citams.org> [dostęp: 18.03.2017]; Klichowski i Marciniak, 2013, s. 153–167.

konsumpcji mediów w codziennym życiu oraz ich związek z aktywnością w kontekście uczelni.

### Korzystanie z mediów przez młodzież akademicką

W badaniach aktywności medialnej niekiedy ogranicza się analizy do mediów elektronicznych. W tekście przyjęto szeroką definicję mediów jako środków, narzędzi przekazu informacji i komunikacji poprzez słowo, obraz i dźwięk. W tym sensie do mediów zaliczyć można prasę, telewizję, radio (mass-media), ale też komputer, Internet, telefon komórkowy i inne „nowe media” (Kiełkiewicz-Janowiak, 2011, s. 53–74; Lepa, 2010). Pojęciu mediów bliskie znaczeniowo jest pojęcie „technologii informacyjno-komunikacyjnych” (ICT), które obejmują narzędzia i źródła wykorzystywane do tworzenia informacji, zarządzania nią i jej odbioru (Kiełkiewicz-Janowiak, 2011, s. 53–59), ale termin ten odnosi się z reguły do komputerów, ich oprogramowania oraz Internetu. W analizie uwzględniłem „aktywność” medialną studentów, by podkreślić podmiotowy aspekt procesu (Krasnodębska, 1997, s. 101).

Zgodnie z aktualnymi trendami podejście, w którym badamy korzystanie z pojedynczego, wyizolowanego medium, ustępuje badaniu **kompleksów/systemów** mediów wraz z ich uwarunkowaniami zewnętrznymi (*CITAMS...*, par. 3). Aby określić zakres, w jakim młodzież akademicka korzysta z takiego systemu, przeanalizowałem odpowiedzi studentów UAM<sup>3</sup> na pytanie o to, „Jak często z reguły...” korzystali z różnych rodzajów mediów (tabela 1).

<sup>3</sup> Dane zostały zgromadzone w zespołowym projekcie badawczym *Studenci UAM 2005/2006–2009/2010. Doświadczenia szkolne I-go rocznika reformy edukacji a zmiany zasobów jego kapitału społecznego w warunkach szkoły wyższej. Badania panelowe* (grant MNiSW), kierowanym przez Marię Dudzikową. Dokonano w nim trzykrotnego pomiaru (2005/06; 2007/08 oraz 2009/10) za pomocą kwestionariuszy ankiety na losowo dobranych grupach studenckich z wszystkich wydziałów UAM w Poznaniu. W obliczeniach wykonanych w programie SPSS uwzględniłem dane z ostatniego pomiaru (N=446). Szczegółowy opis projektu zobacz: Marciniak, 2015; Dudzikowa i in., 2013.

Rodzaj aktywności medialnej	Systematyczność korzystania z mediów						
	systematycznie		sporadycznie		wcale		
	N	%	N	%	N	%	
czytanie gazet codziennych	88	19,7	282	63,3	74	16,6	
czytanie tygodników społeczno-politycznych i kulturalnych	112	25,1	246	55,2	85	19,1	
granie w gry komputerowe	38	8,5	135	30,3	271	60,7	
oglądanie programów telewizyjnych	publicystyczne	102	22,9	254	56,9	87	19,5
	rozrywkowe	85	19,1	267	59,9	90	20,2
słuchanie audycji radiowych	publicystyczne	75	16,8	208	46,6	160	35,9
	rozrywkowe	108	24,2	210	47,1	122	27,4
korzystanie z Internetu	w celach poznawczo-naukowych	413	82,6	32	7,2	0	0,0
	w celach rekreacyjno-towarzyskich	386	<b>86,6</b>	53	<b>11,9</b>	6	<b>1,4</b>

Tabela 1

*Zróźnicowanie próby ze względu na systematyczność korzystania z mediów*

Źródło: opracowanie własne.

Zgodnie z danymi w tabeli medium wskazywanym przez respondentów jako najczęściej wykorzystywane jest Internet. Systematycznie korzysta z niego ponad 4 na 5 respondentów. Kolejne miejsca w tej hierarchii zajmują telewizja oraz prasa (tylko co piąty badany relacjonuje, że wcale z nich nie korzysta). Najrzadziej studenci grają w gry komputerowe. Na podstawie przywołanych odpowiedzi studentów określiłem:

- **poziom natężenia ich aktywności medialnej** – częstość, z jaką podejmują tę aktywność, bez względu na jej rodzaj. Za odpowiedzi przydzieliłem punkty (wcale – 0 pkt., sporadycznie – 1 pkt., systematycznie – 2 pkt.) i na tej podstawie określiłem poziom natężenia aktywności medialnej: (1) *niski* (2–9 punktów); (2) *przeciętny* (10–13 punktów); *wysoki* (14–18 punktów);
- **styl aktywności medialnej** – charakterystyczny wzorzec praktyki medialnej (Kielkiewicz-Janowiak, 2011, s. 30) ustalony na podstawie sposobu korzystania z mass-mediów. Porównałem liczbę punktów (od 0 do 6) otrzymanych przez respondentów za odpowiedzi wyrażające strategię: (1) *rozrywkową* (korzystanie z TV i radia w celach rozrywkowych, a z Internetu w celach rekreacyjno-towarzyskich); (2) *informacyjną* (korzystanie z TV i radia w celach publicystycznych i/lub z Internetu w celach poznawczo-naukowych). Blisko połowa respondentów

została przypisana do grupy o mieszanym stylu aktywności medialnej, pozostałe dwa style (*rozrywkowy* oraz *informacyjny*) są w równym stopniu reprezentowane w próbie (tabela 3).

## Aktywność medialna studentów a ich zaangażowanie w polu akademickim

W tekście analizowane są wzajemne związki między aktywnością medialną młodzieży akademickiej a jej uczestnictwem w zajęciach na uczelni oraz osiągnięciami akademickimi. Ukształtowały się one następująco:

- **poziom uczestnictwa w zajęciach** – większość respondentów (9 na 10) we własnej opinii uczestniczy systematycznie w zajęciach, regularnie lub często przygotowuje się do ćwiczeń (7 na 10) i jest w ich trakcie aktywna (6 na 10). We wskaźniku poziomu uczestnictwa w zajęciach badani mogli otrzymać od 0 do 14 punktów (im wyższy poziom uczestnictwa, tym więcej punktów); średnio otrzymali 11,08 punktów;
- **poziom osiągnięć akademickich** – mierzony liczbą wyróżnień i/lub nagród otrzymanych przez studentów w ciągu dwóch lat nauki poprzedzających badanie. Średnia wartość wyniosła 1,47, przy czym prawie co trzeci respondent (35,4%) wskazywał, iż nie otrzymał żadnego wyróżnienia, połowa (47,5%) otrzymała stypendium naukowe, a około 4 na 10 wskazywało inne wyróżnienia/nagrody (np. wyjazdy Erasmus, projekty itp.);
- **średnia ocen** w roku akademickim poprzedzającym badanie (przedostatni rok studiów) wyniosła 4,01 (SD=1,05).

Przywołane wyniki badań wskazują na względnie wysoki poziom zaangażowania badanych na polu akademickim. W jaki sposób jest ono związane z poziomem oraz stylem ich aktywności medialnej? Wyniki analiz statystycznych zestawiam w tabeli 2 oraz tabeli 3.

Poziom natężenia aktywności medialnej	Wskaźnik poziomu uczestnictwa w zajęciach		Średnia ocen (IV rok studiów)		Wskaźnik osiągnięć akademickich	
	M	SD	M	SD	M	SD
niski (N=104)	11,35	2,47	4,22	0,85	1,77	1,58
przeciętny (N=229)	11,01	2,54	3,99	1,05	1,47	1,31
wysoki (N=113)	10,97	2,77	3,84	1,01	1,09	1,15
Razem (N=446)	11,08	2,58	4,01	0,94	1,47	1,33

Poziom natężenia aktywności medialnej	Wskaźnik poziomu uczestnictwa w zajęciach		Średnia ocen (IV rok studiów)		Wskaźnik osiągnięć akademickich	
	M	SD	M	SD	M	SD
Wynik ANOVA	F=1,009; df=2; p=0,335; η=0,075		F=3,667; df=2; p=0,026; η=0,136		F=2,695; df=2; p=0,039; η=0,117	

Tabela 2

*Stopień uczestnictwa w zajęciach oraz osiągnięcia akademickie a poziom natężenia aktywności medialnej studentów*

Źródło: badania własne.

Poziom natężenia aktywności medialnej studentów jest istotnie statystycznie związany **ze średnią ocen i osiągnięciami akademickimi** (związki są słabe – współczynnik korelacji nie przekracza 0,2). Rezultat można interpretować tak, że im wyższe natężenie aktywności medialnej studentów, tym niższy stopień ich osiągnięć akademickich (i odwrotnie).

Styl aktywności medialnej	Wskaźnik poziomu uczestnictwa w zajęciach		Średnia ocen (IV rok studiów)		Wskaźnik osiągnięć akademickich	
	M	SD	M	SD	M	SD
rozrywkowy (N=103)	10,53	2,44	3,94	0,11	1,57	1,01
mieszany (N=232)	11,08	2,77	3,99	0,07	1,59	1,40
informacyjny (N=111)	11,65	2,56	4,10	0,08	1,58	1,48
Razem (N=446)	11,07	2,57	4,01	0,05	1,47	1,33
Wynik ANOVA	F=5,133; df=2; p=0,006; η=0,075		F=0,732; df=2; p=0,482; η=0,062		F=3,468; df=2; p=0,032; η=0,134	

Tabela 3

*Stopień uczestnictwa w zajęciach oraz osiągnięcia akademickie a styl aktywności medialnej studentów*

Źródło: badania własne.

Istotny statystycznie okazał się związek między stylem aktywności medialnej a poziomem uczestnictwa w zajęciach na uczelni oraz poziomem osiągnięć akademickich. Wskaźniki obu zjawisk były niższe wśród osób reprezentujących *rozrywkową* strategię aktywności medialnej w porównaniu z grupami o strategii *mieszanej* oraz *informacyjnej*.

Jeśli systematyczne uczestnictwo w zajęciach na uczelni oraz uzyskiwanie nagród i wyróżnień traktujemy jako potwierdzenie *illusio* na polu akademickim, to okazało się, że badani studenci raczej uznawali gry za „interesujące” i „warte zachodu” (Bourdieu, 2009, s. 116–121). Przy tym studenci częściej korzystający z mediów (zwłaszcza z grupy o strategii *rozrywkowej*) mniej systematycznie uczestniczyli w zajęciach akademickich oraz uzyskiwali mniej osiągnięć naukowych, a zatem byli stosunkowo bardziej obojętni wobec gry. *Illusio* na polu akademickim można traktować m.in. jako gromadzenie zasobów ucieleśnionego kapitału kulturowego związanego z indywidualnym sposobem inwestowania wysiłku oraz czasu (Bourdieu i Wacquant, 2001, s. 105–107). Przyswojone reguły, zasady i zasoby kulturowe osób względnie mniej aktywnych medialnie skłaniają je do większego wysiłku na polu akademickim (bardziej wytężonej nauki) niż osoby bardziej aktywne medialnie.

Uczestnictwo w zajęciach akademickich oraz osiągnięcia naukowe możemy rozpatrywać też przez pryzmat „etyki pracy”, wówczas zgodnie z literaturą przedmiotu jej przeciwnym biegunem będzie „estetyka konsumpcji” (Bauan, 2006, s. 53–84; Barber, 2008, s. 129–175; Romaniszyn, 2007). W tym kontekście nie dziwi, że studenci w większym stopniu aktywni medialnie (zwłaszcza o strategii *rozrywkowej* korzystania z mediów) wykazywali mniejsze zaangażowanie na polu akademickim. Być może ich praktyki skłaniały się bardziej ku rozrywce niż ku „etyce pracy” (wypełnianiu obowiązków przypisanych studentom), która nie współgra z „etosem infantylnym”, poszukiwaniem natychmiastowej przyjemności i wrażeń promowanymi przez współczesne media (Barber, 2008, s. 129–175; Marciniak, 2015, s. 227–256). Uczestnictwo w zajęciach akademickich rzadko dostarcza takich wrażeń, jest raczej zadaniem wymagające i trudnym.

## Konkluzja

Upraszczając wyniki badań własnych – im bardziej systematycznie młodzież korzysta z różnych mediów (zwłaszcza w celach rozrywkowych), w tym mniejszym stopniu uczestniczy w zajęciach na uczelni, a także tym gorsze są jej osiągnięcia akademickie (średnia ocen i liczba nagród, wyróżnień na uczelni). Wyniki badań własnych uzasadniają zatem krytyczną analizę przekazu mediów (i korzystania z nich) jako potencjalnego zagrożenia dla zaangażowania studentów w kontekście akademickim. Młodzież akademicka nie jest jednak bezwonną masą „urabianą” przez media (odciągana przez nie od obowiązków akademickich). Uzyskane wyniki badań wskazują, że studenci są

aktywnymi konsumentami mediów w codziennym życiu: zdobywają dzięki nim informacje, zyskują dostęp do rozrywki i rekreacji.

Badani studenci doświadczali „technologicznej codzienności”; reprezentują pokolenie młodych Polaków, których postawy wobec wykorzystywania mediów (zwłaszcza ICT) są raczej pozytywne (Żabicki, 2007; Kiełkiewicz-Janowiak, 2011). Zdecydowana większość respondentów korzysta systematycznie zarówno z tradycyjnych, jak i z nowych mediów. Niepokój może budzić wykryta zależność między systematycznością korzystania z mediów (zwłaszcza w strategii *rozrywkowej*) przez studentów a relatywnie niższym poziomem ich zaangażowania akademickiego. Być może powodem takiej zależności jest niski poziom ich „dojrzałości technologicznej” – umiejętności efektywnego, rozwojowego wykorzystywania mediów (Kwiatkowska i Dąbrowski, 2012)?

Kompetencje cyfrowe, jako kluczowe (konieczne dla osiągnięcia sukcesu osobistego i społecznego w globalnym społeczeństwie informacyjnym), zostały na szeroką skalę włączone do programów kształcenia ogólnego w większości krajów UE, z reguły jako element nauczania w ramach wielu przedmiotów (European Commission /EACEA/Eurydice, 2012). Wymaga to nowych praktyk w procesie kształcenia – nie brakuje pomysłów, propozycji narzędzi i rozwiązań służących integracji ICT w edukacji (*CITAMS...*). Ich aplikacja na poziomie nauczania zależy jednak głównie od nauczycieli, którzy są sceptyczni wobec wykorzystywania nowych mediów w edukacji, m.in. ze względu na obawę, że ich poziom wiedzy technologicznej (niższy od uczniów) nie pozwoli im sprostać tym wymaganiom (Klichowski i Smaniotto Costa, 2015, s. 85–98). W świetle wyników badań własnych zasadny wydaje się postulat kształtowania kompetencji cyfrowych tak, by wzmacniać prorozwojowe strategie wykorzystywania mediów przez młodzież – bez szkody dla zaangażowania akademickiego.

## Bibliografia

- Barber, B. (2008). *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA.
- Bauman, Z. (2009). *Konsumowanie życia*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Bauman, Z. (2006). *Praca, konsumpcjonizm i nowi ubodzy*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Bourdieu, P. (2009). *Rozum praktyczny. O teorii działania*, przeł. J. Stryczyk. Kraków.



- Bourdieu, P. i Wacquant, L. (2001). *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, przeł. A. Sawisz, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- CITAMS (*Communication, Information Technologies, and Media Sociology*), *Mission*, <https://citams.org> [dostęp: 18.03.2017].
- Dudzikowa, M., Wawrzyniak-Beszterda, R., Jaskulska, S., Marciniak, M., Bochno, E., Bochno, I. i Knasiecka-Falbierska, K. (2013). *Oblicza kapitału społecznego uniwersytetu. Diagnoza – Interpretacje – Konteksty*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- European Commission/EACEA/Eurydice (2012). *Developing Key Competences at School in Europe: Challenges and Opportunities for Policy. Eurydice Report*. Luxembourg.
- Giddens, A. (2008). *Socjologia*, przeł. A. Szulczycka. Warszawa.
- Goban-Klas, T. (2005). *Media i komunikowanie masowe*. Warszawa: PWN.
- Kielkiewicz-Janowiak, A. (2011). Intergenerational communication and media in Poland. A perspective of adolescent media consumers. W: M. Kaczmarek (red.), *Health and Well-Being In Adolescence. Part II: Media* (s. 53–73). Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Klein, N. (2004). *No logo*, przeł. H. Jankowska, M. Makaruk. Kraków.
- Klichowski, M., Marciniak, M. (2013). The Paradox of Commodification of the Body in a Society of Consumption and Cyborgization. *Studia Edukacyjne*, 29, 153–167.
- Klichowski, M. i Smaniotto Costa, C. (2015). How do Pre-service Teachers Rate ICT Opportunity for Education? A Study in Perspective of the SCOT Theory. *Kultura i Edukacja*, 4, 152–168.
- Kluszczyński, R.W. (2008). Przeszość – pamięć – tożsamość. Doświadczenie medialne jako fundament hybrydycznej tożsamości. W: A. Zeidler-Janiszewska i R. Nycz (red.), *Nowoczesność jako doświadczenie. Dyscypliny. Paradygmaty. Dyskursy* (s. 170–184). Warszawa: Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”.
- Krasnodębska, A. (1997). *Orientacje aksjologiczne młodzieży akademickiej*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Kwiatkowska, D. i Dąbrowski, M. (2012). Dojrzałość technologiczna uczniów w świetle wyników badań ankietowych. *E-mentor*, 1(43), <http://www.e-mentor.edu.pl> [dostęp: 18.03.2017].
- Lepa, A. (2010). *Pedagogika mass mediów*. Łódź: Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie.
- MacCannell, D. (2005). *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, przeł. E. Klekot, A. Wieczorkiewicz. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA.
- Marciniak, M. (2015). Media activity and the identity of adolescents in the society of consumption. W: H. Krauze-Sikorska i M. Klichowski (red.), *The Educational and Social World of a Child: Discourses of Communication, Subjectivity and Cyborgization* (s. 462–477). Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.

- Marciniak, M. (2012). Orientacje konsumpcyjne – bariera w rozwoju kapitału społecznego młodzieży akademickiej? Doniesienie z badań. *Studia Edukacyjne*, 22, 227–256.
- Marciniak, M. (2015). *Orientacje konsumpcyjne młodzieży akademickiej. Perspektywa Baumanowska*, wyd. 2. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- Melosik, Z. (2013). *Kultura popularna i tożsamość młodzieży: w niewoli władzy i wolności*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- Ritzer, G. (2010). „Płynna globalizacja”: zastosowanie i krytyka pojęcia płynności Z. Baumana. W: A. Chrzanowski, W. Godzic i A. Zeidler-Janiszewska (red.), *Zrozumieć nowoczesność. Księga Jubileuszowa Zygmunta Baumana* (s. 221–241). Łódź: Wydawnictwo Oficyna.
- Romaniszyn, K. (2007). *Rzecz o pracy i konsumpcji. Analiza antropologiczna*. Kraków: Zakład Wydawniczy „Nomos”.
- Żabicki, P. (2007). *Technologiczna codzienność. Internet – Bank – Telewizja*. Warszawa: Wydawnictwo TRIO.

## STUDENCKIE STRATEGIE KORZYSTANIA Z MEDIÓW – BLOKADA OSIĄGNIĘĆ AKADEMICKICH?

**Streszczenie:** Celem tekstu jest analiza wzajemnych relacji między natężeniem oraz stylami aktywności medialnej młodzieży akademickiej a jej uczestnictwem w zajęciach na uczelni oraz poziomem osiągnięć akademickich. Dostrzega się potencjał mediów w edukacji i kształtowaniu relacji międzyludzkich; jednocześnie poddaje się krytyce treść ich przekazu. Jednym z przedmiotów krytyki jest podporządkowanie mediów kulturze popularnej i rozrywce, promowanie infantylności odbiorców (zwłaszcza młodzieży), a w konsekwencji ich wycofywanie ze sfery publicznej oraz osłabianie „etosu pracy”. Czy obserwacje te znajdują potwierdzenie empiryczne? Kwestię analizuję w oparciu o wyniki badań studentów UAM.

**Słowa kluczowe:** konsumpcja mediów, mediatyzacja, aktywność medialna, osiągnięcia akademickie, zaangażowanie akademickie

## ACADEMIC STUDENTS STRATEGIES OF MEDIA USE – THE BARRIER TO ACADEMIC ACHIEVEMENTS?

**Summary:** The aim of this paper is to analyse the relation between media activity of university students and the quality of their participation in academic offer. The huge potential of media is noticed in field of education and how human relations are shaped. At the same time, they are criticized due to their content. In one of the

first places critics refer to the submission of media to popular culture and entertainment, promoting of immaturity of the recipients and in consequences withdrawn of adolescents from the public sphere and weakens their engagement into “work ethos”. To what extent are those observations empirically confirmed? I shall discuss this issue on the example of results of research among university students.

**Keywords:** media consumption, mediatization, media activity, academic achievements, university students participation