

Edyta Mianowska*

STUDENCI W KULTURZE NADMIARU. PROFILE AKTYWNOŚCI MEDIALNEJ A TYPOLOGIA UCZESTNICTWA W ŚWIECIE REALNYM I WIRTUALNYM

Badacze kultury stawiają dziś tezę, że immanentną cechą współczesnej kultury zachodniej jest nadmiar, przesyt i przeładownie. Podkreślają, że obserwowana nadprodukcja dóbr kultury jest przede wszystkim efektem właściwości sieciowej platformy komunikacyjnej, która stwarza nieograniczone możliwości gromadzenia i udostępniania wszelkiego rodzaju wytworów dających się zdigitalizować. Jednocześnie brakuje instytucji filtrujących upowszechniane treści, które sprawowałyby funkcje kontrolne czy recenzyjne. Tradycyjny kanon kulturowy odchodzi w przeszłość, zastępowany jest wielością propozycji wzorców estetycznych i schematów oceny jakości kultury. Zanikają tradycyjne odniesienia do kultury „wysokiej–niskiej” „popularnej–elitarnej”, a pozbawieni autorytetów odbiorcy muszą wypracować własne heurystyki radzenia sobie z dostępnością do nieograniczonych zasobów, które mogą nie tylko skonsumować, ale przetworzyć, przekonstruować, stworzyć na nowo¹. Badacze wskazują przy tym, że coraz bardziej dyskusyjne staje się postrzeganie globalnych przemian w kulturze przede wszystkim z perspektywy korzyści i nowych możliwości². Dostrzega się, że globalizacja i wszechobecny nadmiar wszystkiego mogą prowadzić do makroproblemów społecznych – wypalenia zawodowego, rwania więzi społecznych, degrengolady zdolności poznawczych, depresji i uzależnienia, infantyilizacji stosunku do otaczającej rzeczywistości. W wymiarze jednostkowym zbyt duże obciążenie pracą zawodową (nadmiar pracy), nadpodaż informacji i rzeczy do skonsumowania redukują dostępny czas, w którym można „po prostu” żyć, podejmować tradycyjnie rozumianą aktywność kulturalną³. Tomasz Szlendak w swoich rozważaniach podkreśla, że szansę na udaną adaptację do życia w kulturze, w której wszystko jest rozproszone, w której „nikt nie ma na nic

* **Edyta Mianowska**, dr – Uniwersytet Zielonogórski, Wydział Pedagogiki, Psychologii i Socjologii, Zakład Metodologii Badań Społecznych, e-mail: e.mianowska@ips.uz.zgora.pl.

¹ T. Szlendak, *Kultura nadmiaru w czasach niedomiaru*, „Kultura Współczesna. Teorie – Interpretacje – Praktyka” 2013, nr 1, s. 7-26.

² Całe spektrum psychologicznych konsekwencji globalizacji, której orężem są media elektroniczne, wskazuje Stanisław Kowalik, analizując wpływ procesów kulturowej uniformizacji na życie społeczne i jednostkowe (S. Kowalik, *Uśpione społeczeństwo. Szkice z psychologii globalizacji*, Warszawa 2015, s. 215-247).

³ T. Szlendak, *op. cit.*, s. 15.

czasu”, a na każdym kroku pojawia się nadmiar bodźców wymagających jakiejś reakcji, mają przede wszystkim młodzi ludzie socjalizowani pierwotnie w kulturze nadmiaru. Technologie konstruują ich świat, stanowią rusztowanie kognitywne i interakcyjne⁴, a nadmiarowość kultury postrzegają jako coś oczywistego, zwyczajnego.

Głębokie przeobrażenia kultury współczesnej, dokonujące się pod wpływem rozwoju technologicznego, wymagają od badaczy nowego podejścia do badania uczestnictwa w kulturze i nowych sposobów operacjonalizacji tej kategorii. Marek Krajewski⁵, proponując relacyjne ujęcie uczestnictwa w kulturze, odnotowuje, że tradycyjne rozumienie się zdewaluowało, a stosowane wskaźniki pomiaru aktywności w sferze kultury nie przystają do nowego kontekstu kulturowego. Przedefiniowaniu powinno ulec samo pojęcie partycypacji w kulturze, które dziś nie może odnosić się wyłącznie do odbierania i interpretowania (kodowania i dekodowania) treści symbolicznych, ale musi brać pod uwagę, że dystrybucja przekazów kulturowych

nie służy dziś przekazywaniu znaczeń, ale raczej budzeniu zainteresowania konsumentów, pobudzaniu jednostek do działania, zawiązywaniu i wzmacnianiu relacji pomiędzy nimi, wiązaniu ich w społeczności, intensyfikowaniu obiegu danych i przedmiotów, zwiększaniu oglądalności, liczby wejść na strony itd.⁶

Jednocześnie problematyczne staje się postrzeganie uczestnictwa w kulturze jako procesu bezdyskusyjnie pozytywnego. Takie jego odczytanie jest implikacją wcześniejszego powiązania praktyk kulturowych wyłącznie z aktywnością aprobowaną społecznie, wpisującą się w ideał człowieka kulturalnego.

W proponowanym tu podejściu analitycznym skupiono się na próbie zidentyfikowania typów dzielenia czasu między media a relacje społeczne w świecie, w którym kultura w technologicznym wydaniu narzuca swoją wielowymiarową obecność, anektując coraz więcej aktywności z przestrzeni bezpośrednich relacji społecznych. Na typ gospodarowania czasem składają się codzienne wybory (mniej lub bardziej świadome) pomiędzy byciem w świecie realnym a przejściem do rzeczywistości wirtualnej, decyzje, komu – innym ludziom w bezpośrednich kontaktach, czy czemu – stale zabiegającym o uwagę mediom, poświęcić czas.

Diagnoza uczestnictwa w kulturze medialnej została oparta na wskazaniach czasu poświęcanego na korzystanie z mediów. Przyjęcie takiego wskaźnika odwołuje się do podkreślanej przez badaczy właściwości dzisiejszego świata, w którym aktywność

⁴ *Ibidem*, s. 24.

⁵ M. Krajewski, *W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze*, „Kultura i Społeczeństwo” 2013, nr 1, s. 29-67.

⁶ *Ibidem*, s. 36.

kulturalna w dużej mierze przenosi się do Internetu, obejmuje przede wszystkim konsumpcję i działania w świecie wirtualnym. Dzisiejsza młodzież, mająca największą szansę oswojenia rozproszonej medialnej rzeczywistości, musi jednak również osiągać pewien rodzaj konsensusu między kreacją życia w świecie wirtualnym i rzeczywistym. Uwiedziona przez świat cyfrowej kultury, w którym doskonale funkcjonuje, nie może alienować się ze świata rzeczywistego. I zdaje się, że w większości przypadków znajduje sposoby na to, by z powodzeniem łączyć te sfery życia. W niniejszej pracy podjęto próbę ich opisu.

Założenia metodologiczne badań

Badania⁷, których wyniki są prezentowane w artykule, zostały przeprowadzone w 2011⁸ roku wśród 614 osób dobranych losowo z populacji studentów studiów stacjonarnych Uniwersytetu Zielonogórskiego. Ich celem była diagnoza aktywności kulturalnej zielonogórskich studentów, ewaluacja znaczenia, jakie ma dla studiującej dziś młodzieży kontakt z wytworami sztuk plastycznych, oraz rozpoznanie przyczyn zróżnicowanego poziomu uczestnictwa studentów w kulturze. Badania realizowane były strategią ilościową z zastosowaniem metody sondażu i techniki ankiety. Omawiane tu wyniki stanowią fragment analizowanej problematyki. Główne pytania badawcze, wokół których koncentruje się opis prezentowanych wyników, zostały sformułowane następująco: Czy wśród studentów można wyróżnić specyficzne profile uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem mediów elektronicznych (Internet, telewizja) i tradycyjnych (prasa)? Czy dystrybucja czasu studentów między codzienne aktywności różnicuje profile preferencji dostępu do kultury za pośrednictwem mediów (profile medialne)? Uwzględniony został przy tym czas poświęcany zadaniom dydaktycznym, przeznaczany na tradycyjnie rozumiane formy uczestnictwa w kulturze oraz czas spędzany z innymi ludźmi (z rodziną, z przyjaciółmi i znajomymi).

⁷ Badania przeprowadzono w ramach projektu pt. „Studenti jako odbiorcy współczesnej kultury” koordynowanego przez prof. Ewę Narkiewicz-Niedbałec. Projekt jest kontynuowany i obecnie przygotowywana jest kolejna edycja badań.

⁸ W ciągu pięciu lat, jakie upłynęły od przeprowadzenia badań, nastąpiło przyspieszenie rozwoju mediów elektronicznych. Dzięki pojawieniu się smartfonów i upowszechnieniu się mobilnego Internetu zwiększyły się możliwości komunikacyjne sieci, jednocześnie nastąpiła zwiększona migracja mediów tradycyjnych do Internetu, poszerzył się obszar kształcenia *online* i zwiększył dostęp do zasobów bibliotecznych. Te zjawiska niewątpliwie zmodyfikowały strukturę czasu przeznaczanego przez studentów na korzystanie z Internetu, również na wykorzystanie go do zadań związanych z kształceniem. W tym kontekście przedkładane wyniki należy uznać za prezentację pewnego etapu w procesie przemian technologiczno-kulturowych, która wpisuje się w szerszą perspektywę badań nad wirtualizacją świata i funkcjonowania w nim współczesnego człowieka.

Sformułowane zostały hipotezy o różnicującym wpływie ilości czasu poświęcanego trzem rodzajom aktywności: społecznej⁹, dydaktycznej¹⁰ i kulturalnej¹¹ na preferowanie określonego profilu medialnego. Podsumowaniem ustaleń badawczych jest propozycja typologii studentów z perspektywy dystrybucji ich czasu między aktywności medialne i społeczne. Kontekst dla analiz wyników badań stanowiła teoria użytkowania i gratyfikacji Denisa McQuaila¹², której główna teza brzmi: jednostki świadomie i aktywnie użytkują media, by zaspokoić określone potrzeby. Płyną z tego korzyści informacyjne, tożsamościowe, integracyjne i interakcyjne oraz rozrywkowe¹³. W analizach przyjmuje się, że studenci korzystają z mediów, by realizować pewne potrzeby, jednak odbywa się to kosztem innych sposobów ich zaspokajania, które obecnie muszą konkurować z mediami. To jedno z założeń kanonu aktywności odbiorczej¹⁴.

Profil medialnego uczestnictwa w kulturze

Uczestnictwo w kulturze za pośrednictwem mediów elektronicznych może być traktowane jako jeden z wymiarów szeroko rozumianej aktywności na tym polu. Dla wielu osób ten sposób kontaktu z kulturą w dzisiejszej rzeczywistości zdominowanej mediami elektronicznymi stanowi najczęstszą i preferowaną formę dostępu do zasobów kultury. W badaniach jako wskaźniki obcowania z kulturą nadmiaru za pośrednictwem mediów elektronicznych i tradycyjnych przyjęto średni czas przeznaczany na korzystanie z mediów, których oferta wymaga dziś od odbiorców nieustannego dokonywania wyborów strategii postępowania z nadmiarem informacji, filtrowania i selekcji treści. Internet, telewizja i prasa – każde z tych mediów oferuje swoim odbiorcom obfitość treści i wiele opcji podążania za nimi. Taki dobór podyktowany został również domniemaniem, że dziś środki masowego przekazu (telewizja, Internet i prasa) nie tylko same stały się przekazem, ale są przekazem powszechnie dostępnym, którego odbiór odbywa się na ogół bez dodatkowych nakładów finansowych i nie wiąże się z podejmowaniem wysiłku fizycznego, organizacyjnego (np. wyjścia z domu, kupna biletu, dostosowania swojego planu dnia do terminów imprez itp.), a często również intelektualnego (telewizja

⁹ Wskaźniki: czas spędzany z rodziną, przyjaciółmi znajomymi oraz współzamieszkiwanie z innymi osobami.

¹⁰ Wskaźniki: czas przeznaczany na udział w zajęciach dydaktycznych i przygotowanie się do nich, korzystanie z biblioteki/czytelni.

¹¹ Wskaźniki: korzystanie z oferty instytucji kultury – kin, teatrów, filharmonii, galerii, udział w koncertach muzycznych, a także czytanie książek.

¹² D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 416-420.

¹³ *Idem*, *Mass Communication Theory*, London 1983; za: M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 366-367.

¹⁴ A. Turska-Kawa, *Poczucie alienacji a użytkowanie mediów. W poszukiwaniu nowych obszarów zastosowania teorii użytkowania i gratyfikacji*, Katowice 2011, s. 67.

„rozrywkowa”, paradokmentalna, „kolorowa/brukowa” prasa). Udział w kulturze za pośrednictwem mediów może odbywać się bez wysiłku, jest na wyciągnięcie ręki, a udostępniane w obfitości przekazy są ulotne, krótkie i syntetyczne. Jednocześnie powszechna dostępność tych mediów i złudzenie, które dają, że się jest „na bieżąco”, „że się wszystko wie”, „że wszystko jest dostępne”, może być czynnikiem sprzyjającym rezygnacji z innych, tradycyjnie rozumianych form uczestnictwa w kulturze.

Na podstawie ilości czasu przeznaczanego na aktywności medialne¹⁵ zostały rozpoznane cztery profile dostępu do kultury za pośrednictwem mediów: profil multimedialny, telewizyjny oraz dwa profile sieciowe – internetowy i ultrainternetowy. Zaproponowane nazwy odzwierciedlają dominującą w profilu aktywność medialną. Analiza średnich wartości czasów przeznaczanych na poszczególne aktywności pozwoliła nie tylko na przypisanie nazw profilom, ale umożliwiła ich charakterystykę, wskazanie różnic i podobieństw między profilami. Wszystkie profile łączy wysoka pozycja Internetu w rankingu wszystkich mediów. Jednak średni czas spędzany w sieci przez przedstawicieli czterech profili jest różny, różne są też czasy poświęcane na oglądanie telewizji¹⁶. Zbliżone są natomiast we wszystkich profilach średnie czasy czytania gazet i czasopism¹⁷. Dysproporcje między profilami w tym zakresie są nieistotne statystycznie. Znaczący dla specyfiki profili okazał się jedynie czas poświęcany na korzystanie z Internetu oraz czas oglądania telewizji.

Profil ultrainternetowy

Przedstawiciele profilu ultrainternetowego to osoby, które najwięcej czasu poświęcają mediom (łącznie ok. 60,3 godziny w tygodniu). Ten wysoki wynik jest bezpośrednią konsekwencją faktu, że reprezentanci tego profilu najwięcej czasu spędzają w wirtualnym świecie (średnio 48,4 godz. tygodniowo). Przy czym czas przeznaczany na korzystanie z sieci jest najdłuższy zarówno w porównaniu z czasem poświęcanym Internetowi przez przedstawicieli pozostałych profili, jak i w odniesieniu do czasów przeznaczanych na korzystanie z pozostałych mediów. Ich dużej aktywności w sieci towarzyszy również duże (w odniesieniu do reprezentantów innych profili) zainteresowanie ofertą telewizyjną. Oglądanie telewizji zajmuje im jednak prawie pięciokrotnie (9,2 godz. tygodniowo) mniej czasu niż korzystanie z Internetu. Czytanie prasy na tle pozostałych mediów to aktywność podejmowana sporadycznie (2,7 godz. tygodniowo),

¹⁵ Profile medialne zostały zidentyfikowane za pomocą procedury analizy skupień metodą k-średnich. Wszystkie analizy statystyczne zostały wykonane z wykorzystaniem pakietu statystycznego PS IMAGO.

¹⁶ Profile różnią się od siebie istotnie statystycznie pod względem czasu przeznaczanego na korzystanie z Internetu (Anova: $F = 162,27$ $p < 0,05$) i oglądanie telewizji (Anova: $F = 102,26$ $p < 0,05$).

¹⁷ Jeśli wyłączy się z analiz osoby, które nie czytają w ogóle, średnie czasy przeznaczane na lekturę prasy we wszystkich profilach również nie są zróżnicowane.

przy czym 25% studentów będących najczęściej *online* nie robi tego w ogóle. Studenci zdecydowanie preferujący Internet to 8% badanych.

Profil internetowy

Co czwarty badany student (26%) to przedstawiciel profilu, w którym również zdecydowanie dominuje Internet jako medium dostępu kultury. Reprezentanci profilu internetowego przeznaczają na korzystanie z niego 27,3 godz. tygodniowo. Czas ten jest jednak prawie dwukrotnie krótszy niż czas spędzany w sieci przez studentów profilu ultrainternetowego. Ci studenci mniej czasu przeznaczają również na oglądanie telewizji (średnio 4,0 godz. tygodniowo). Słowo drukowane w małym stopniu zajmuje ich uwagę. Czytają średnio 2,5 godz. tygodniowo, a 24% nie sięga po prasę wcale. Ich średni łączny „czas medialny” (33,8 godz.) jest prawie o połowę krótszy niż studentów z profilu ultrainternetowego.

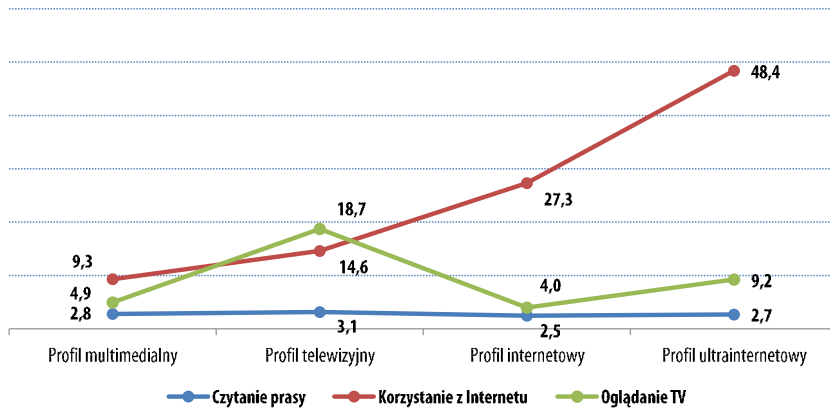
Profil telewizyjny

Jest to jedyny profil, w którym Internet pod względem czasu przeznaczanego na trzybrane pod uwagę media nie znajduje się na pierwszej pozycji. Przedkładanie oglądania telewizji ponad inne aktywności charakteryzuje uczestnictwo medialne 15% studentów. Telewizja towarzyszy im średnio w tygodniu przez 18,7 godziny. Drugim preferowanym przez fanów telewizji medium jest Internet, który tylko w niewielkim stopniu ustępuje ich pierwszoplanowej aktywności (telewizyjnej). Studenci poświęcają mu średnio 14,6 godziny w tygodniu. Podobnie jak pozostali najchętniej sięgają po tradycyjne medium. Czytaniu gazet poświęcają 3,1 godz. w tygodniu. Wśród nich prasy nie czyta w ogóle 17%. Korzystanie z mediów absorbuje ich średnio przez 36,4 godziny w tygodniu.

Profil multimedialny

Ten profil medialnego uczestnictwa w kulturze jest najbardziej typowy wśród badanych studentów. To profil mieszany o spłaszczonym przebiegu i najmniejszych dystansach w preferowaniu określonego medium. Prawie połowa studentów (51%) to studenci, traktujący media najbardziej egalitarnie. Ci studenci, mimo że podobnie jak pozostali nie stronią od Internetu i wybierają go spośród wszystkich mediów najczęściej, to dysproporcje między czasem przeznaczanym na korzystanie przez nich z sieci i innych mediów są najmniejsze. Średni czas spędzany w Internecie (9,3 godz. w tygodniu) jest prawie dwukrotnie dłuższy niż czas oglądania telewizji (4,9 godz. tygodniowo). Odsetek nieczytających prasy jest wśród nich najniższy (17%), a średni czas poświęcany na lekturę gazet i czasopism to 2,8 godz. Są najmniej „medialni” na tle pozostałych studentów.

Kontakt z mediami zajmuje im prawie czterokrotnie mniej czasu niż lokującym się w profilu ultrainternetowym i dwukrotnie mniej niż studentom profilu internetowego i telewizyjnego. W tygodniu to średnio 17,0 godzin.



Wykres 1. Średnie czasy przeznaczane na korzystanie z mediów w czterech profilach (w godzinach tygodniowo)

Źródło: opracowanie własne.

Przedłożone wyniki wyraźnie pokazują, że wśród współczesnych studentów Internet jest medium, które zdominowało czas obcowania z kulturą medialną¹⁸. Studenci sięgają po inne media, ale w najlepszym razie zajmują one podobną pozycję jak Internet. Z Internetu z różną intensywnością korzystają wszyscy studenci, natomiast część studiującej młodzieży w ogóle rezygnuje z oglądania telewizji¹⁹ (ogółem 22%) i czytania prasy (18%).

Medialne preferencje studentów pozostają w związku z płcią²⁰. Kobiety częściej niż mężczyźni preferują profil multimedialny (55% : 41%) i telewizyjny (17% : 11%), rzadziej natomiast lokują się w profilu internetowym (23% : 32%) i prawie trzykrotnie rzadziej w profilu ultrainternetowym (5% : 16%). Ten wynik pokazuje, że doświadczanie kultury wirtualnej częściej wybierają mężczyźni i to oni najwięcej czasu spędzają w Internecie.

¹⁸ W okresie prowadzenia badań średni czas korzystania z Internetu w grupie osób 18-24 lat wynosił 14 godz. tygodniowo (CBOS, *Komunikat z badań „Korzystanie z Internetu”*, BS/99/2011, 2011, s. 5). Z ostatnich badań CBOS wynika, że czas ten systematycznie się wydłuża. Osoby w wieku 18-24 lat w roku 2015 deklarowały średni czas korzystania z sieci 17 godz. (CBOS, *Komunikat z badań „Internauci 2015”*, 2011, s. 5).

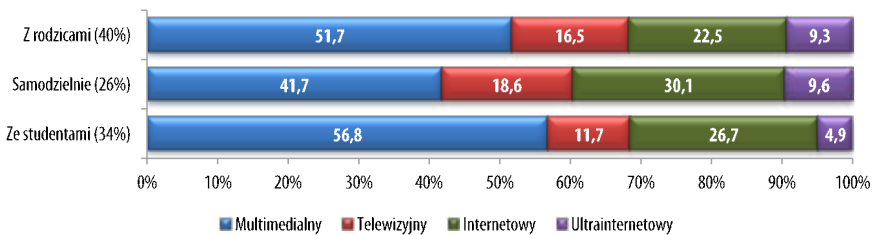
¹⁹ Telewizji w ogóle nie ogląda jedna trzecia przedstawicieli profilu internetowego, jedna piąta wirtualnego i multimedialnego.

²⁰ $\chi^2 = 30,1$ df = 3 p < 0,05; V = 0,221 p < 0,05.

Relacje społeczne a profile medialne

W badaniach postawiono pytania badawcze odnoszące się do czynników różnicujących lokowanie się w określonych profilach, których źródłem są społeczne relacje badanych – czas spędzany wspólnie z rodziną, przyjaciółmi i znajomymi. Uwzględniono również wynikającą z bycia studentem specyfikę zamieszkiwania (z rodzicami, z innymi studentami lub samodzielnie), które może sprzyjać określonym wyborom medialnym.

Wyniki badań pokazują, że to, z kim studenci dzielą (lub nie) mieszkanie, jest czynnikiem różnicującym przyjmowanie profilu medialnego²¹.



Wykres 2. Mieszkanie z innymi ludźmi a profile medialne

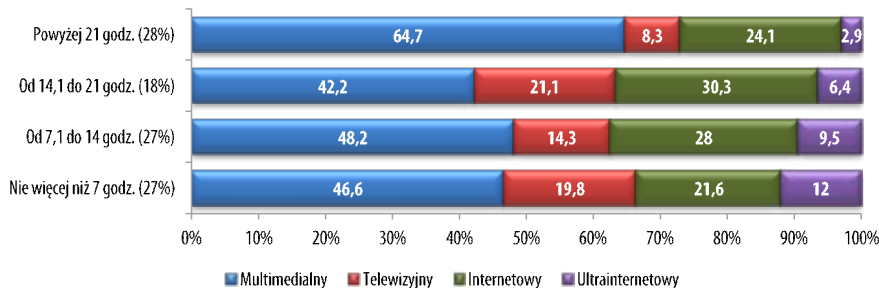
Źródło: opracowanie własne.

Analiza uzyskanych wyników prowadzi do stwierdzenia, że mieszkanie z innymi osobami sprzyja redukcji czasu przeznaczanego na korzystanie z mediów, w szczególności z Internetu. Studenci współdzielący z innymi osobami mieszkanie częściej niż mieszkający samodzielnie wybierają profil mieszany, czyli multimedialny. Natomiast zamieszkiwanie z rówieśnikami oznacza mniej czasu przeznaczanego na oglądanie telewizji (profil telewizyjny wybierany jest najrzadziej przez tych studentów).

Z kolei profil telewizyjny i ultrainternetowy częściej jest domeną mieszkających samodzielnie lub z rodzicami niż w studenckim mieszkaniu czy akademiku. Wydaje się jednak, że wyjaśnienia takich wyborów mogą być odmienne. Priorytety medialne mieszkających w domu rodzinnym mogą wynikać z praktyki całonocnego włączania telewizora w polskich domach z jednej strony (preferowania profilu telewizyjnego), z drugiej z chęci czasowego wyłączenia się z rodzinnego życia, w tym także ceremonii rodzinnego oglądania telewizji na rzecz świata wirtualnego (preferowanie profilu ultrainternetowego). Natomiast w przypadku mieszkających samodzielnie media mogą przyjmować symboliczną rolę współmieszkańców: telewizja i Internet współtowarzyszą studentom przez większą część dnia.

²¹ $\chi^2 = 13,0$ df = 6 p < 0,05; V = 0,104 p < 0,05.

Dzielenie mieszkania z rówieśnikami powoduje, że mniej czasu upływa studentom na przebywaniu w świecie kreowanym w Internecie, telewizji i prasie. Również bardziej intensywne kontakty z przyjaciółmi i kolegami mają wpływ na medialne uczestnictwo w kulturze. Badania pokazują, że nie tylko zamieszkiwanie z rówieśnikami ma znaczenie, ale również spędzanie czasu z rówieśnikami w ogóle²².



Wykres 3. Średni czas spędzany z przyjaciółmi w tygodniu a profile medialne
 Źródło: opracowanie własne.

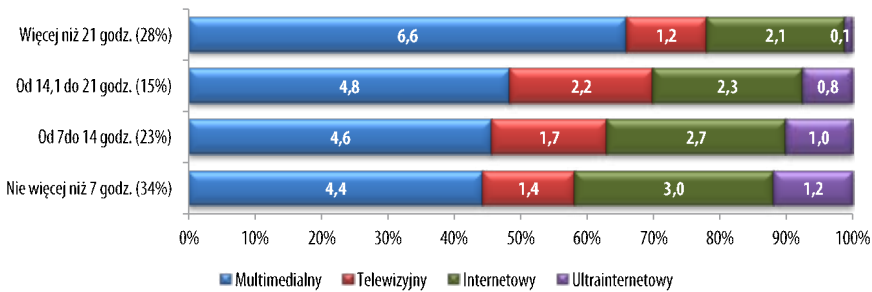
Profil multimedialny wybierany jest najczęściej przez studentów, którzy spędzają z przyjaciółmi najwięcej czasu (powyżej 21 godz. w tygodniu). Ci studenci na rzecz realnych kontaktów z bliskimi osobami częściej niż inni rezygnują również z oglądania telewizji (najrzadziej wybierają profil telewizyjny). Dane pozwalają również odnotować następującą prawidłowość: im mniej czasu spędzanego w towarzystwie przyjaciół i znajomych tym częstsze lokowanie się w profilu ultrainternetowym.

Podobne związki²³ ujawniają się jeśli pytamy o czas spędzany z rodziną²⁴. Profil mieszany najczęściej wybierają najbardziej rodzinni studenci. Im studenci bardziej stronią od rodzinnych kontaktów tym częściej w ich życiu najwięcej medialnej przestrzeni zajmuje Internet – obierają profil internetowy lub ultrainternetowy. W mniejszym stopniu intensywność rodzinnych relacji wydaje się rzutować na czas oglądania telewizji (lokowanie się w profilu telewizyjnym).

²² $\chi^2 = 31,21$ df = 9 p < 0,05; C = 0,220 p < 0,05.

²³ $\chi^2 = 33,20$ df = 9 p < 0,05; C = 0,233 p < 0,05.

²⁴ Różnice istotne statystycznie czasu spędzanego z rodziną (w tygodniu) ze względu na miejsce zamieszkania odnotowano jedynie między studentami mieszkającymi z rodzicami (23,7 godz.) i innymi studentami (16,5). Studenci mieszkający samodzielnie z rodziną spędzają średnio 20,0 godz. (Anova: F = 4,81 df = 2 p < 0,05). Dysproporcje czasu poświęcanego rodzinie w skali tygodnia nie są spektakularne, co może wskazywać, że uzyskanie samodzielności mieszkaniowej przez młodego człowieka tylko w pewnym stopniu ma wpływ na ten rodzaj relacji.



Wykres 4. Średni czas spędzany z rodziną w tygodniu a profile medialne
Źródło: opracowanie własne.

Powyższe wyniki wskazują, że czas społeczny – spędzany wspólnie z bliskimi ludźmi, rodziną lub znajomymi i przyjaciółmi – to czas rezygnacji z kultury medialnej (albo zdecydowana redukcja tego kanału uczestnictwa w kulturze), która w pewnym stopniu narzuca „samotne” uczestnictwo. Czas medialny na ogół nie jest czasem społecznym. Użytkownicy najczęściej przeglądają sieciowe zasoby indywidualnie, a wspólne oglądanie telewizji nie jest już dziś tak częstszym powodem towarzyskich spotkań jak kiedyś. Dziś powodem wspólnego zasiadania przed ekranem telewizyjnym jest raczej oglądanie indywidualnie dobieranych do gustów uczestników spotkania filmów (wypożyczanych, ściągniętych z Internetu, oglądanych w technologii smart) niż oglądanie programu telewizyjnego²⁵, kiedy zewsząd otacza nas kultura nadmiaru: nadmiar kanałów telewizyjnych, nadmiar reklam, nadmiar chętnych do sterowania telewizyjnym pilotem. Czytanie prasy też raczej jest „nietowarzyskim” zajęciem.

Przy prezentacji wyników mówiących o dzieleniu czasu medialnego i społecznego warto odnotować, że w przypadku osób, które dużą część swojego czasu spędzają w Internecie służy on częściej niż pozostałym studentom do komunikowania się z innymi ludźmi²⁶. Bardzo często w tym celu wykorzystuje go ponad 63% studentów profili internetowego i ultrainternetowego, natomiast wśród studentów lokujących się w profilu multimedialnym i telewizyjnym odsetek ten kształtuje się na poziomie 50%²⁷. Taki wynik częściowo falsyfikuje tezę o zaniku kontaktów społecznych pod wpływem

²⁵ Być może wyjątek stanowi jeszcze wspólne oglądanie ważnych transmisji sportowych lub spektakularnych wydarzeń politycznych.

²⁶ Przyjmowanie określonego profilu nie okazało się czynnikiem różnicującym częstości innych aktywności w sieci: korzystania z serwisów społecznościowych, prowadzenia strony lub bloga, robienia zakupów i sprzedawania, śledzenia interesującej tematyki czy informacji bieżących, sprawdzania użytecznych informacji, grania, przygotowywania się do zajęć, oglądania filmów, słuchania muzyki.

²⁷ $\chi^2 = 20,6$ df = 9 p < 0,05; C = 0,181 p < 0,05.

mediów na rzecz tworzenia zatอมizowanych podmiotów tworzących anonimowy „samotny tłum”.

Przedłożone wyniki wskazują, że intensywność relacji społecznych maleje wraz ze wzrostem czasu przeznaczanego na uczestnictwo medialne. Wirtualne kontakty z innymi częściej podtrzymywane są przez osoby często będące *online*. Trudno jednak na podstawie tych badań orzekać, w jakim stopniu wirtualny wymiar życia społecznego tych osób ma zrównoważyć lub zastąpić ograniczone kontakty społeczne z bliskimi osobami w realnym świecie. W badaniach ustalono również, iż fakt posiadania partnera lub partnerki nie okazał się czynnikiem różnicującym lokowanie się w określonym profilu. W związkach jest 61% badanych.

Aktywności dydaktyczne a profile medialne

Intensywność społecznych relacji różnicuje obierany przez badanych profil medialnego uczestnictwa. Również aktywności wynikające z roli studenta okazały się mieć różnicujące znaczenie dla czasu korzystania z mediów. W status studenta wpisane jest oczekiwanie udziału w zajęciach dydaktycznych i przygotowywanie się do zajęć. Studiująca młodzież z różną sumiennością realizuje te zadania, a zmienność czasu przeznaczanego na wypełnianie roli studenta koreluje z obieranym profilem uczestnictwa medialnego.

Wyniki prowadzą do następujących ustaleń: im mniej czasu poświęcanego na udział w zajęciach, tym częściej studenci lokują się w profilu ultrainternetowym i telewizyjnym. Im więcej czasu pochłaniają im zajęcia dydaktyczne, tym częściej skłaniają się ku profilowi multimedialnemu²⁸. Uczestnictwo medialne ma również związek z czasem przygotowania się do zajęć dydaktycznych²⁹. Studenci przeznaczający najwięcej czasu na naukę to najczęściej studenci profilu multimedialnego. Im mniej czasu poświęcanego na wykonywanie studenckich obowiązków, tym częstsze lokowanie się w profilu internetowym lub ultrainternetowym. W ten obraz wpisują się również wyniki analiz częstości korzystania z biblioteki i czytelní. Im częściej korzystają z nich studenci, tym wyższe wśród nich są odsetki przedstawicieli profilu multimedialnego, im rzadsze (lub w ogóle nie) odwiedzanie tych instytucji, tym więcej czasu spędzanego w sieci – obieranie profilu jednego z dwóch profili sieciowych³⁰.

Aktywność kulturalna a profile medialne

Tradycyjne wskaźniki aktywności kulturalnej: odwiedzanie instytucji kultury (w tym chodzenie do kina, teatru, filharmonii, galerii i na wystawy, udział w zajęciach

²⁸ $\chi^2 = 31,68$ p = 9 p < 0,05; C = 0,221 p < 0,05.

²⁹ $\chi^2 = 59,53$ df = 9 p < 0,05; C = 0,249 p < 0,05.

³⁰ $\chi^2 = 40,4$ df = 9 p < 0,05; C = 0,182 p < 0,05.

proponowanych przez domy kultury, bywanie na koncertach muzycznych, a nawet odwiedzanie klubów i dyskotek³¹) nie wpływają na preferowanie określonego profilu medialnego. Częstość korzystania z instytucjonalnej oferty nie przekłada się na różnicowanie uczestnictwa medialnego. Spośród klasycznych mierników jedynie czytelnictwo literatury okazało się korelować z wyborem medialnym³². Wyniki badań pokazują, że przedstawiciele profilu multimedialnego do zestawu podejmowanych aktywności chętnie dokładają również czytanie książek. Im więcej czasu studenci przeznaczają na lekturę, tym częściej okazują się mniej wyraziści w medialnych wyborach; im mniej czytają książek (niezwiązanych ze studiowanym kierunkiem), tym częściej preferują rzeczywistość wirtualną³³. Zmiany czasu przeznaczanego na czytanie książek nie przekładają się na preferowanie profilu telewizyjnego i internetowego. Bez względu na ilość czasu przeznaczanego na czytanie książek częstość lokowania się w tych profilach jest zbliżona.

Typologia uczestnictwa studentów w kulturze nadmiaru – między światem realnym a wirtualnym

Wyniki przeprowadzonych badań pokazują, że korzystanie z mediów stanowi znaczący udział w budżecie czasu studentów. Kulturze medialnej nie wszyscy jednak poświęcają tyle samo czasu. Z perspektywy przyjętego stanowiska teoretycznego oznacza to, że studenci w różnym stopniu korzystają z potencjału mediów do zaspokajania różnych potrzeb. Analizy pozwoliły na wyróżnienie czterech profili preferencji medialnych: multimedialnego (w pewnym sensie zrównoważonego pod względem korzystania z mediów), telewizyjnego (z dominacją czasu przeznaczanego na oglądanie telewizji), internetowego (z preferencją korzystania z sieciowych zasobów) i ultrainternetowego (cechującego się zdecydowanym zdystansowaniem się Internetu od innych mediów). Celem podjętych analiz była odpowiedź na pytanie o korelacje częstości społecznych relacji, aktywności dydaktycznej i kulturalnej z wyodrębnionymi statystycznie profilami medialnymi. Postawione zostały pytania o to, które ze wskazywanych aktywności – społeczna, dydaktyczna czy kulturalna – mają różnicujący wpływ na czas poświęcany najważniejszym mediom kultury nadmiaru.

³¹ Szczegółowe analizy uczestnictwa studentów w kulturze, korzystania z oferty instytucjonalnej i poziomu orientacji w obszarze sztuki współczesnej zostały zawarte w artykule Edyty Mianowskiej i Ewy Narkiewicz-Niedbałec, *Studenci Uniwersytetu Zielonogórskiego jako odbiorcy współczesnej sztuki* zamieszczonym w „Roczniku Lubuskim”, t. 40, cz. 2a, pod redakcją naukową Marii Zielińskiej, Zielona Góra 2014.

³² $\chi^2 = 21,0$ $df = 9$ $p < 0,05$; $C = 0,182$ $p < 0,05$.

³³ Prawie połowa studentów profilu ultrainternetowego (45%) w ogóle nie czyta książek. W przypadku pozostałych profili odsetek ten kształtuje się na poziomie 25%.

Stwierdzone statystycznie istotne związki wskazują na współwystępowanie pewnych zachowań (aktywności) i określonych profili medialnych. W większości badanych problemów korelacje uznać należy za symetryczne, gdyż trudno wskazać, które zachowania są pierwotne. Nie można kategorycznie stwierdzić, czy brak w najbliższym otoczeniu osób, z którymi można spędzać czas, rekompensowany jest aktywnością w Internecie lub oglądaniem telewizji, czy też są to media pochłaniające czas w tak dużym stopniu, że nie wystarcza go dla rodziny, przyjaciół, a nawet partnera. W opisie wyników przyjęto arbitralnie pewien kierunek tych związków, należy jednak podkreślić, iż omawiana asymetria jest jednym z możliwych podejść analitycznych.

Symetria omawianych związków pozwala więc z jednej strony na stwierdzenie, jakie czynniki różnicują przyjmowanie określonego profilu. Z drugiej strony – uchwycone związki stanowią mogą podstawę pełniejszej charakterystyki przedstawicieli określonych profili. Wiedza o specyfice dystrybucji czasu między media, innych ludzi i obowiązki dydaktyczne jest ramą proponowanej typologii lokowania się studentów między światem realnym a wirtualnym. Wyróżnione zostały cztery empiryczne typy: *uniwersalistyczny, on air, online/offline, online*.

Typ uniwersalistyczny

To typ, w który wpisuje się podejmowanie zróżnicowanych aktywności. Opiera się na zrównoważonym łączeniu wyborów medialnych z większą niż u innych dbałością o społeczne relacje z najbliższymi. Jest właściwy przedstawicielom profilu multimedialnego, w którym lokują się osoby spędzające najwięcej czasu z bliskimi – rodziną, przyjaciółmi i znajomymi oraz z partnerem/partnerką³⁴, sumiennie wypełniające swoje studenckie powinności, częściej znajdujące czas na lekturę książki. Ich sposób funkcjonowania w świecie zdominowanym przez media można określić zatem jako uniwersalistyczny – dzielą swój czas między innych ludzi, obowiązki i media.

Typ on air

Profil telewizyjny skupia osoby, którym oglądanie telewizji współdzielone z korzystaniem z Internetu zajmuje najwięcej czasu; w mniejszym stopniu pochłaniają je obowiązki dydaktyczne i spędzanie czasu z rodziną lub przyjaciółmi i znajomymi. Jednak posiadający partnera/partnerkę przedstawiciele tego profilu preferują towarzystwo bliskiej osoby ponad inne aktywności. Ta charakterystyka wskazuje na przyjmowanie takiego rozwiązania, które na drugi (jednak nie daleki) plan odsuwa relacje społeczne, rekompensując ich niedostatek aktywnością w Internecie, a przede wszystkim

³⁴ W tym miejscu w analizach zostały uwzględnione również średnie czasy spędzane z partnerem/partnerką przez osoby reprezentujące określone profile.

zaangażowaniem w śledzenie telewizyjnych kanałów. Ich pierwszoplanowość wydaje się jednak stosunkowo nietrwała. Studenci profilu telewizyjnego w obliczu posiadania partnera znajdują jednak czas na budowanie związku (choć nie odbywa się to kosztem ograniczania czasu spędzanego z mediami). Ten typ uczestnictwa w świecie realnym i wirtualnym można określić jako *on air* – przekaz telewizyjny i zasoby internetowe wypełniają luki w społecznych relacjach.

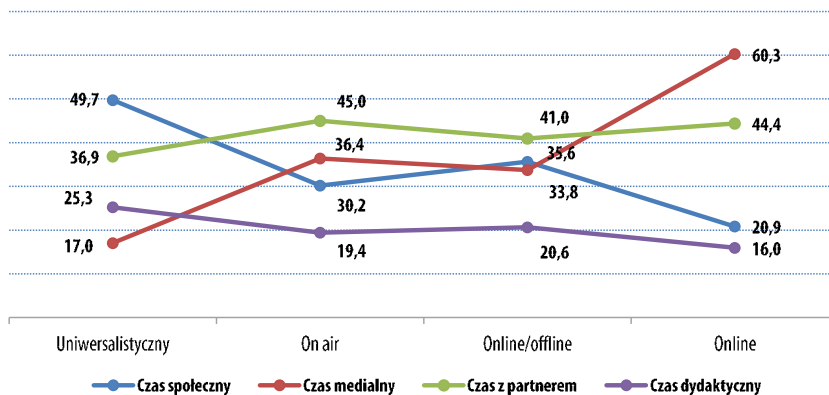
Typ online/offline

Przedkładający się ponad inne media przedstawiciele profilu internetowego zbliżeni są w swoich niemedialnych preferencjach do profilu telewizyjnego. Podobnie jak fani telewizji nie poświęcają zadaniom dydaktycznym zbyt wiele czasu. Tylko nieco częściej znajdują czas dla bliskich – rodziny lub przyjaciół i znajomych, jednak partner/pranerka mogą liczyć na mniej czasu spędzonego wspólnie. Ten typ godzenia czasu społecznego z medialnym określony został jako *online/offline*. Dotyczy takiej dystrybucji czasu, która realizuje potrzebę (modę lub pewien standard) bycia stale *online* (ciągłego googlowania, fejsbukowania, tweetowania, lajkowania, śledzenia, sprawdzania konta pocztowego) nawet kosztem społecznych relacji w rzeczywistym świecie. Kontakty z innymi ludźmi nie ulegają jednak zdecydowanej degradacji, a pozostają mniej intensywne, dorównując częstotliwością aktywności medialnej studentów.

Typ online

Przedstawiciele profilu ultrainternetowego w największym stopniu zaniedbują kontakty społeczne w realnym świecie. Najmniej czasu poświęcają bliskim rodzinie i przyjaciołom. Partner/partnerka mogą co prawda liczyć prawie na dwa razy więcej czasu, jednak i tak najwięcej czasu zajmuje im korzystanie z Internetu. Można stwierdzić, że są to sieciowi samotnicy (z wyboru lub z przymusu), którzy nad społeczne relacje przedkładają aktywność w sieci. Spośród wszystkich badanych ci studenci w największym stopniu zaniedbują studenckie obowiązki. Ten typ funkcjonowania między światem realnym i wirtualnym oznacza osadzenie raczej w świecie wirtualnym. Dla takiego sposobu uczestnictwa przyjęto określenie *online*. Studenci *online* raczej rzadko są zainteresowani przełączeniem się w tryb *offline*, przez co ich społeczne relacje są rzadsze niż pozostałych studentów.

Zanurzenie się w medialnej kulturze nadmiaru wydaje się w konsekwencji powodować niedomiar realnych kontaktów społecznych. Wśród przedstawicieli typu *online* czas społeczny – kontaktów z rodziną i gronem znajomych – jest średnio prawie trzykrotnie krótszy niż czas poświęcany mediom. W przypadku typów preferujących jedno z mediów (telewizję lub Internet) czasy te są na zbliżonym poziomie. Tylko w jednym (najliczniej reprezentowanym) typie – *uniwersalistycznym* – rodzina, znajomi



Wykres 5. Typy uczestnictwa w świecie realnym i wirtualnym a czas społeczny, medialny, z partnerem i dydaktyczny (w godzinach tygodniowo)

Źródło: opracowanie własne.

i przyjaciele deklasują media. Wśród przedstawicieli tego profilu czas spędzany z innymi ludźmi jest średnio trzykrotnie dłuższy niż czas medialny.

Szeroko rozumiana kultura coraz bardziej się digitalizuje, dociera do odbiorców jako profilowany przekaz internetowy, telewizyjny i prasowy. Anektuje przy tym z realnego świata coraz więcej społecznych relacji i przenosi je w wirtualną przestrzeń. Internet jak atraktor przyciąga czas, którego w coraz większym stopniu nie wystarcza na inne działania. Dzisiejsi studenci, wychowani w obecności telewizji, nieznający prawie świata bez Internetu, oferującego wielość wszystkiego wszystkim, w różny sposób dzielą swój czas między tę ofertę a obowiązki dydaktyczne i relacje społeczne. Medialne preferencje nie różnicują jednak częstości podejmowania tradycyjnych (instytucjonalnych) form aktywności kulturalnej. Wyniki badań świadczą, że współcześni studenci równie intensywnie jak w rzeczywistym świecie funkcjonują w świecie wirtualnym. Korzystanie z Internetu jest nieodłącznym atrybutem ich codzienności. Analiza dystrybucji czasu studentów z perspektywy czasu dzielonego między media, obowiązki dydaktyczne i innych ludzi pokazała, że dla połowy młodych ludzi studia to okres dość intensywnych społecznych relacji współdzielony między media i zadania roli studenta. Dla drugiej połowy bycie *online* ustępuje miejsca realnym spotkaniom i obowiązkom i znajduje się wśród tych aktywności, które studenci podejmują najczęściej. Opierając się na wynikach badań wśród tych zachowań, zidentyfikowane zostały cztery typy sytuowania się między światem realnym i wirtualnym. Trudno jednak orzekać, czy i jak długo najczęściej występujący dziś wśród studentów typ uniwersalistyczny utrzyma swoją czołową pozycję, innymi słowy czy korzyści uzyskiwane w kontakcie z mediami przeważać zaczną zdecydowanie ponad pożytki płynące z relacji międzyludzkich.

STUDENCI W KULTURZE NADMIARU. PROFILE AKTYWNOŚCI MEDIALNEJ A TYPOLOGIA UCZESTNICTWA W ŚWIECIE REALNYM I WIRTUALNYM

STRESZCZENIE: Artykuł zawiera wyniki badań uczestnictwa studentów w kulturze. Badaniami objęto losową próbę studentów Uniwersytetu Zielonogórskiego. Badania realizowano metodą sondażu i techniką ankiety. Główne pytania badawcze sformułowano następująco: Czy wśród studentów można wyróżnić specyficzne profile uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem mediów elektronicznych (Internetu, telewizji) i tradycyjnych (prasy)? Czy dystrybucja czasu studentów między codzienne aktywności różnicuje profile medialne? Sprawdzone zostały hipotezy o różnicującym wpływie ilości czasu poświęcanego trzem rodzajom aktywności: społecznej, dydaktycznej i kulturalnej na preferowanie określonego profilu medialnego. Badania pozwoliły ustalić, że istnieją istotne statystycznie związki (korelacje) między preferowaniem określonego profilu medialnego (multimedialnego, telewizyjnego, internetowego lub ultrainternetowego) a czasem przeznaczanym na relacje społeczne i studenckie obowiązki. Nie stwierdzono związków między tradycyjnie rozumianą aktywnością kulturalną a profilami medialnymi. Wyniki badań wpisują się w tezę, że korzystanie z mediów, a przede wszystkim z Internetu (choć w różnym stopniu) jest nieodłącznym atrybutem codzienności studentów. Jednak zdecydowany zwrot ku medialnej kulturze nadmiaru wydaje się w konsekwencji powodować niedomiar realnych kontaktów społecznych (lub być odpowiedzią na nie). Podsumowaniem analiz jest propozycja typologii studentów z perspektywy dystrybucji czasu między aktywności medialne i społeczne. Zidentyfikowane zostały cztery empiryczne typy sytuowania się między światem realnym i wirtualnym – typ *uniwersalistyczny*, *on air*, *online/offline* i *online*.

SŁOWA KLUCZOWE: media, kultura nadmiaru, relacje społeczne, studenci, dystrybucja czasu.

STUDENTS IN THE CULTURE OF EXCESS. ACTIVITY IN THE MEDIA AND THE TYPOLOGY OF PARTICIPATION IN THE REAL AND VIRTUAL WORLDS

SUMMARY: The article entitled presents the results of a study on the participation of students in culture. Randomly chosen students from the University of Zielona Góra took part in the study. To carry out the research, the method of survey and the technique of questionnaire were used. The main questions were: Can specific types of students' participation in culture through the electronic media (the Internet, television) and traditional (press) media be distinguished? Does the way in which students distribute their time between everyday activities determine their media preferences? The investigated hypotheses concerned the differentiating influence of the time devoted to social, didactic, and cultural activities on media preferences. The study allowed to establish that there exist substantive correlations between the students' media preferences (multimedia, television, the Internet, or the Ultra Internet) and the time devoted to their social relations and university duties. No correlations were discovered between the traditionally understood cultural activities and media preferences. The results of the study support the thesis that students use the media, primarily the Internet (though to a various degree), on daily basis. However, the significant turn to the media culture of excess seems to lead to the underflow of real social links (or results from them). The outcome of the study is a proposed typology of students from the perspective of time devoted to media and social activities. Four empirical types of being placed between the real and virtual worlds were identified: *universal*, *on air*, *online/offline*, and *online*.

KEYWORDS: the media, the culture of excess, social relations, students, time distribution.