



Nadesłano: 31.08.2021  
Zaakceptowano: 19.10.2021

Sugerowane cytowanie: Michniuk A., Bartkowiak K. (2021). *Medialna postać „znaczącego Innego” a wychowanie współczesnego dziecka*, „Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce”, vol. 16, nr 4(62), s. 57-67. DOI: 10.35765/eetp.2021.1662.04

Anna Michniuk

ORCID: 0000-0002-5939-1371

Akademia im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim

Katarzyna Bartkowiak

ORCID: 0000-0002-0135-2644

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## Medialna postać „znaczącego Innego” a wychowanie współczesnego dziecka

“A Significant Other” in the Media and the Upbringing  
of a Modern Child

### SŁOWA KLUCZE

autorytet medialny,  
znaczący Inny,  
dzieci, nowe media,  
wczesny wiek  
szkolny, pozytywne  
wzorce

### ABSTRAKT

Celem artykułu była teoretyczna analiza tego, jaki związek może zachodzić między współczesnymi osobowościami medialnymi a wychowaniem dziecka. W rozważaniach odwołano się do pojęć „znaczącego Innego” oraz „autorytetu”, ze szczególnym uwzględnieniem autorytetu medialnego. Jednocześnie podkreślono, że pojęcie autorytetu współcześnie bardzo mocno ulega rozmyciu. W kolejnej części artykułu opisano trudności związane z wychowaniem dziecka, w świecie zanurzonym w mediach. W celu osiągnięcia pewnej równowagi, po dokonaniu analizy wytworów, podano przykłady medialnych osobowości mogących pełnić rolę „znaczącego Innego” czy autorytetu medialnego i pozytywnie oddziaływać na współczesne dzieci.

## KEYWORDS ABSTRACT

media authority,  
significant Other,  
children, new  
media, early school  
age, positive role  
models

The aim of the article was to analyze the theoretical relationship between contemporary media personalities and the upbringing of a child. The considerations refer to the concepts of the "significant Other" and the authority, including the media authority. At the same time, it was emphasized that the concept of an authority is very much debatable today. The next part of the article describes difficulties associated with raising a child in a world immersed in the media. In order to achieve a certain balance, after analyzing the products, examples were given of media personalities that could play the role of a "significant Other" or a media authority that could be good for contemporary children.

## Znaczący Inny a świat zanurzony w mediach

Współczesny świat bardzo mocno zanurzony jest w mediach (por. Walter 2016; Morbitzer 2014). Kupujemy, sprzedajemy, bawimy się, uczymy się i dzielimy się naszym życiem w przestrzeni mediów. Szukamy tam również wsparcia w trudnych chwilach naszego życia. Jak pisze Wiesław Godzic (2002: 17), aktualnie nie ma większego sensu gruntowne oddzielanie rzeczywistości medialnej i pozamedialnej. Media niewątpliwie stały się bardzo ważnym elementem naszego świata, a osobowości medialne zaczęły pełnić rolę „znaczącego Innego” w naszym funkcjonowaniu.

„Znaczącym Innym” jest ktoś, kto w procesie socjalizacji ma związek z kształtowaniem się społecznej osobowości dziecka. „Dziecko utożsamia się ze znaczącymi innymi emocjonalnie na wiele sposobów. (...) przejmując role i postawy znaczących innych, czyli internalizuje je i czyni je swoimi”, co prowadzi do uzyskania spójnej i akceptowanej, przez nie samo, tożsamości. Dziecko przejmując nie tylko role i postawy, ale także świat znaczących Innych (Berger, Luckman 1983: 205207).

Pierwszymi „znaczącymi Innymi” w procesie socjalizacji dziecka są rodzice narzucając oni swoje zasady i normy. Mówimy wtedy o socjalizacji pierwotnej. Im dziecko jest starsze, tym znajduje więcej osób, które może obserwować i naśladować, od których może się uczyć. W ten sposób przechodzimy do socjalizacji wtórnej, w czasie której inni (już nie rodzice i pierwsi opiekunowie) oddziałują na dziecko. Człowiek bardziej świadomie decyduje o tym, kto będzie pełnił dla niego tę rolę (Szacka 2003). Przykładem mogą być tu: koledzy, nauczyciele, osoby duchowne, trenerzy, ale także, w związku z tym, że żyjemy w świecie zanurzonym w mediach, osoby, z którymi dziecko nie ma bezpośredniego kontaktu, czyli osobowości medialne, celebryci. Czasem te postaci mogą być tak bardzo znaczące dla dzieci, że zyskują miano autorytetu.

Pozostając w obszarze definicji socjologicznych, należy zaznaczyć, że autorytet definiowany jest jako wyraz prestiżu, szacunku, wysokiej oceny, szczególnego uznania

jakieś osoby lub grupy osób. Wiązany jest ze szczególnym podziwem, chęcią naśladowania. Zawsze występuje w relacji nie można być autorytetem dla siebie samego. Jest wypadkową tego, co dzieje się w społeczeństwie, dlatego jego pojmowanie zmieniało się na przestrzeni lat (por. Szymański 2013).

Uczeni proponują różne klasyfikacje, jeśli chodzi o pojmowanie autorytetu. Przykładem może być tu koncepcja Krzysztofa Olechnickiego oraz Pawła Załęckiego. Wyróżniają oni trzy rodzaje autorytetów. Są to: autorytet charyzmatyczny, autorytet legalny oraz autorytet tradycyjny. Pierwszy z nich opiera się na charyzmie i unikatowych cechach takich jak na przykład wyjątkowa osobowość, świętość czy bohaterstwo. Kolejny autorytet legalny zakłada, że osoby lub grupy rządzące, które sprawują władzę na mocy obowiązujących procedur, mają do tego prawo. Ostatni z nich odwołuje się do przekonania, że autorytet wynika ze świętej tradycji panowania. Siła w tym przypadku przychodzi od bóstwa lub jest dziedziczona po krewnych (Olechnicki, Załęcki 1997).

Obecnie, jak już wspomniano, bardzo często to przez media niektóre osoby zyskują miano autorytetu, co sprawia, że wielu z nas podziwia konkretne osoby nie za jakieś szczególne umiejętności, posiadane cechy osobowości czy osiągnięty status, ale po prostu za to, że są znane (por. Godzic 2007). W literaturze przedmiotu pojawia się nawet pojęcie autorytetu medialnego. Jego cechą jest to, że nie zawsze można opisać go wskazanymi wyżej przymiotami (np. posiadaniem wszechstronnej wiedzy, wspaniałej osobowości). Współcześnie medialnym autorytetem często stają się osoby, które gromadzą wokół siebie wiele innych osób (w Internecie lub w przestrzeni offline). Jak pisze Maciej Iłowiecki: „Autorytetem staje się osoba wylansowana i możliwie często pokazywana (cytowana) (...) media masowe mają pozycję miarodajnego gremium, decydującego o tym, kto powinien być autorytetem, a kto nie powinien nim być. Podobnie jest z autorytetem wartości, instytucji, tradycji. Wszystko można dziś ośmieszyć, podważyć, zniszczyć – bądź właśnie wylansować” (Iłowiecki 2012: 142143). Autorytet staje się więc pojęciem bardzo rozmytym (por. Witkowski 2011).

Jako przykład autorytetu medialnego można wskazać EKIPE (oryginalna pisownia). Grupa ta prowadzi swój kanał na YouTube, sklep z ubraniami, wydaje płyty z muzyką, a nawet sprzedaje lody we współpracy z jedną z polskich firm. Ich popularność zaczęła się od kanału na YouTube, na którym prezentowane były urywki z ich własnego życia, relacje z różnorodnych podejmowanych przez nich wyzwań. Obecnie kanał ma prawie 2 miliony subskrybentów (stan na 16.10.2021). Osoby te mają bardzo dobrze opracowaną strategię marketingową, znają swoją grupę docelową i świetnie potrafią odpowiadać na jej potrzeby, co zwiększa jednocześnie ich popularność oraz zyski z wytworzonych produktów.

Innym przykładem zjawiska związanego z rozmywaniem się pojęcia autorytetu są tzw. patostreamerzy (ang. *patostreaming* – połączenie patologii i streamowania [nadawania, głównie na żywo, za pomocą nowych mediów]) (Jas 2020: 169), czyli osoby,

które za pośrednictwem Internetu (głównie kanałów na platformie YouTube) nadają transmisje (streamują) patologiczne, negatywne treści, w których często prezentowane są ryzykowne bądź agresywne zachowania. Wśród niepoprawnych zachowań można obserwować między innymi: agresję słowną, agresję fizyczną, libacje alkoholowe, seks i erotykę. Widzowie zachęcają autorów transmisji do różnych śmiałych i podejrzanych zachowań, wpłacając w czasie trwania audycji kwoty pieniężne (tzw. donejty). O skali problemu świadczyć może fakt, że jedną z takich patologicznych treści piosenkę „Narcyz pedau” (pisownia oryginalna) wykonaną przez 12-letnią dziewczynkę, która obraża swojego starszego brata, wyświetlono prawie 9 milionów razy (stan na 16.10.2021). Konsekwencjami tego zjawiska może być desensytyzacja, prowokowanie do podejmowania zachowań agresywnych, nierespektowanie obowiązującego prawa.

Grozę budzą również wyzwania internetowe (tzw. *online challenges*), które mogą zagrażać zdrowiu i życiu dzieci. Wśród nich pojawiają się między innymi: *vacuum challenge*, *pass out challenge*, *tide pod challenge*, *bird box challenge*. Pierwsze z nich można intuicyjnie nazwać wyzwaniem odkurzacza. Polega ono na tym, że jedna osoba wchodzi do plastikowego worka, a inna odsysa z niego odkurzaczem powietrze. W *pass out challenge* chodzi o to, by wywołać omdlenie, przykucając i szybko oddychając. Trzecie polega na zjedzeniu kapsułki do prania. Ostatnie zakłada wykonywanie różnych czynności „na ślepo” z zawiązanymi oczami. (Piechna 2019: 15-16).

Rodzice, nauczyciele oraz opiekunowie często nie śledzą takich treści, a niekiedy nawet nie wiedzą o tym, że takie materiały są w dostępne dla dzieci w Internecie. Opisane wyżej przykłady zdecydowanie nie są i nie powinny być brane pod uwagę w kategoriach znaczącego Innego, czy medialnego autorytetu współczesnego dziecka. Niestety, musimy być świadomi, że to właśnie najmłodszy internauci są szczególnie narażeni na oddziaływanie osobowości kreowanych przez media. Krytyczne, refleksyjne, abstrakcyjne myślenie nie pojawia się u dziecka od razu. Odwołując się do stadiów rozwoju poznawczego wg J. Piageta, dopiero w okresie operacji formalnych, czyli mniej więcej od 11. roku życia, dziecko zaczyna dostrzegać abstrakcję oraz rozumieć wydarzenia hipotetyczne (Wadsworth 1998); wcześniej jego osąd i przekonania mogą być nieprawidłowe.

## Wychowanie małego dziecka w świecie zanurzonym w mediach

Do współczesnych środowisk wychowawczych dziecka Małgorzata Więczkowska (2012) zalicza: dom rodzinny, przedszkole/szkolę, rówieśników i szeroko pojęte media. Dom rodzinny stanowi kluczowe środowisko kształtujące system wartości, życiowe postawy i osobowość dziecka. To tutaj, od najmłodszych lat, dziecko powinno mieć

stworzone warunki do rozwoju i edukacji w poczuciu bezpieczeństwa, zaufania i wsparcia. Wraz z wiekiem krąg oddziaływań powiększa się o przedszkole i szkołę oraz rówieśników. Nauczyciele wychowania przedszkolnego i wczesnoszkolnego, obok członków najbliższej rodziny, wywierają duży wpływ na postawę dziecka we wczesnym okresie szkolnym. Dzieci chętnie naśladują zachowania dorosłych, którzy na tym etapie rozwoju stanowią dla nich autorytet. Z czasem dużego znaczenia nabiera dla nich grupa rówieśnicza często dyktująca wybór wzorców do naśladowania. Media, wraz z postępującym rozwojem technologii informacyjno-komunikacyjnych, zaczynają współcześnie odgrywać jednak coraz większą rolę w procesie wychowania. Obecne pokolenie wzrasta w świecie, w którym rzeczywistość cyfrowa przenika naszą codzienność. Dziecko od najmłodszych lat korzysta z różnorodnych narzędzi i aplikacji bez większego problemu (Walter, Pyżalski, Iwanicka, Kąkolewicz, Michniuk, Barwicka, Sikorska 2019).

Granica inicjacji technologicznej stopniowo obniża się, a czasem następuje już nawet w przypadku półtorarocznych dzieci (Stasiak 2012). W 2017 roku Urząd Komunikacji Elektronicznej przeprowadził badania dotyczące posiadania telefonów komórkowych przez dzieci. Niecałe 70% rodziców, którzy wzięli udział w badaniach, stwierdziło, że ich dzieci pierwszy telefon otrzymały będąc między 7. a 10. rokiem życia (39,9% – 78 lat i 28,3% – 910 lat), 8,5% rodziców zadeklarowało, że ich dzieci otrzymały pierwszy telefon w wieku 56 lat, natomiast 1% mówiło o wieku 34 lata (Urząd Komunikacji Elektronicznej 2017). Inne badania pokazują, że 64% dzieci w wieku od 6 miesięcy do 6,5 lat korzysta z urządzeń mobilnych, a 25% robi to codziennie. 79% dzieci ogląda filmy, a 62% gra na smartfonie lub tablecie. Według przytoczonych badań, rodzice chętnie pozwalają dzieciom na korzystanie z urządzeń mobilnych, wtedy gdy sami muszą zająć się własnymi sprawami odpowiedzi takiej udzieliło 69% badanych. Prawie połowa (49%) respondentów pozwala dzieciom korzystać z urządzeń mobilnych w nagrodę. Popularną odpowiedzią okazał się także fakt, że co piąty rodzic pozwala dziecku na korzystanie z urządzeń mobilnych po to, by dziecko zjadło posiłek (19% odpowiedzi) (Bąk 2015).

Korzystanie z mediów, szczególnie mobilnych, jest dla dzieci z jednej strony codziennością, z drugiej pewnym rodzajem fascynacji. Przed opiekunami stoi ważne zadanie nauczania dzieci płynnego poruszania się w świecie mediów, wybierania dobrych i wartościowych treści sprzyjających rozwojowi dziecka (Iwanicka 2016). Niezwykle ważne jest to, by dziecko miało rozeznanie w treściach, które do niego docierają. Rzykowne czy nawet patologiczne zachowania opisane wyżej, negatywnie oddziałują na dziecko. Internet to fantastyczna pomoc, ale z drugiej strony nieumiejętnie wykorzystywana, może stanowić zagrożenie.

Jeśli, z różnych powodów, dziecko ma ograniczony dostęp do opieki, którą powinni zapewnić mu rodzice lub opiekunowie czyli pierwsze potencjalne autorytety w życiu dziecka, warto skierować jego uwagę na takie treści, osoby i postaci, które

niosą za sobą pozytywne wartości, pomocne w budowaniu otwartości i życzliwości. Media jako czwarte środowisko wychowawcze mogą okazać się w tym pomocne, o ile będą wykorzystywane w prawidłowy sposób, prezentując właściwe wzorce. Gdzie i jak szukać tych wzorców w przestrzeni Internetu oraz mediów, która jest przepelniona różnorodnymi treściami? Poniżej opisano kilka przykładowych osób, które mogą pełnić rolę „znaczącego Innego” w życiu współczesnego dziecka.

## Medialne osobowości, które mogą pełnić rolę „znaczącego Innego” w życiu współczesnego dziecka

W opozycji do patologicznych treści i wzorców publikowanych w mediach, przedstawionych w pierwszej części artykułu, w mediach znajdziemy szereg pozytywnych materiałów, wspierających pożądane społecznie postawy. Przykładami będą tu zarówno autorzy książek, jak i programów telewizyjnych czy kanałów na YouTube. Osoby, które opisano poniżej, zwracają się do dzieci w sposób przyjazny. Nie przejawiają agresji słownej i fizycznej, pokazując przy tym piękno i wspaniałość otaczającego nas świata. Wyboru ich dokonano na podstawie: 1) popularności wymienionych autorów w mediach; 2) faktu, że publikowane przez nich treści kierowane są do najmłodszych internautów; 3) dokonanej oceny pedagogicznej, pozwalającej wskazać edukacyjny charakter opublikowanego materiału.

Jedną z medialnych osobowości, która mogłaby stać się „znaczącym Innym” współczesnego dziecka jest Nela mała reporterka. Nela jest bohaterką i narratorką serii podróżniczych programów i książek dla dzieci. Swoją pierwszą podróżniczą książkę wydała w wieku 8 lat. Nela podróżuje z rodzicami, a później, na podstawie tego, co zwiedziła, zobaczyła i przeżyła, wraz z nimi przygotowuje książki i programy. Jak możemy przeczytać w jednym z artykułów o niej, pomysł na tworzenie serii o świecie i zwierzętach, skierowanej do dzieci, powstał w jej głowie, kiedy oglądała programy Steve’a Irwina, w których opowiadał on właśnie o różnych zwierzętach (Rogała 2018). Nela wydała już 16 książek (stan na 22.08.2021), opowiadających między innymi o: oceanach, różnorodnych wyspach, dżungli, głębinach morskich czy kole podbiegunowym. Telewizyjne odcinki jej relacji z podróży można oglądać na platformie internetowej TVP VOD. Nela urzeka naturalnością, a także tym, że sama po prostu jest dzieckiem. Możemy obserwować tu pewien rodzaj tutoringu rówieśniczego, w którym dzieci (a konkretnie Nela) prezentuje innym dzieciom to, co już wie o świecie. Dodatkowym atutem serii książkowo-telewizyjnej jest fakt, że prezentowane są w niej tereny, zwierzęta i sytuacje, które wielu dzieciom nie są dostępne. Pokazywanie świata takim, jaki jest, na pewno dodaje autentyczności i może budzić w dzieciach-odbiorcach otwartość na świat, tolerancję czy empatię (w jednym z odcinków Nela prezentuje

szpital dla zwierząt, który znajduje się w buszu, <https://vod.tvp.pl/video/nela-mala-reporterka,szpital-dla-zwierzat-w-buszu,50697195> [dostęp: 22.08.2021]).

Dzięki przyjaznej, przystępnej dla dzieci formie, materiały audiowizualne i książki Neli cieszą się dużą popularnością. Jej strona na Facebooku ma 187 tysięcy obserwujących (stan na 16.10.2021), a książki zdobyły nagrodę „Bestseller Empiku” w latach: 2015, 2016, 2017, 2018. W 2017 roku otrzymała nagrodę „Traveler” za serię książek podróżniczych dla dzieci.

Innym przykładem, który można wskazać, omawiając medialne osobowości tworzące wartościowe treści przeznaczone dla dzieci, jest Tomasz Rożek, autor kanału na YouTube „Nauka. To lubię”. Tomasz Rożek jest z wykształcenia fizykiem, a z zawodu dziennikarzem naukowym, który od prawie dziesięciu lat popularyzuje naukę wśród dorosłych oraz dzieci. Rożek jest autorem książek i artykułów, kieruje także działem naukowym w „Gościu Niedzielnym” (Rożek 2021). Wiosną w 2021 roku założył drugi kanał, przeznaczony właśnie dla najmłodszych internautów „Nauka. To lubię. Junior”. Aktualnie na „dziecięcym” kanale znajduje się 21 filmów, które wyjaśniają różne zagadnienia związane z człowiekiem i jego najbliższym otoczeniem. Tytuły przykładowych odcinków to: *M jak mydło / Czemu mydło myje?, Jak działa serce? / Serce jak pompa, Po co oddychamy? / Płuca jak drzewa, Czym żywią się rośliny? / Energia ze słońca* (pełna lista odcinków: <https://www.youtube.com/c/naukatolubiejunior/videos?view=0&sort=da&flow=grid> [dostęp: 22.08.2021]).

Publikowane przez Tomasza Rożka filmy mają formę animowaną. Trwają do 5 minut (jeden z nich *Czy to największy skarb na Wawelu? / Zbroja matego księcia* ma nieco ponad 10 min) i rozpoczynają się czołówką z muzyką przypominającą dźwięki z filmów detektywistycznych. Autor nie pojawia się jednak w każdym ze swoich filmów. W wielu z nich odbiorcy oglądają jego animowanego awatara, który tłumaczy różne zagadnienia głosem autora. Język, którym posługuje się Rożek, jest stosunkowo prosty i powinien być zrozumiały dla dzieci. Stosowane porównania i przygotowane animacje są klarowne. Dźwięk współgra z obrazem. Część z opublikowanych odcinków, dokładniej te dotyczące człowieka, powstały w ramach projektu „Jak działa człowiek seria filmów popularyzujących nauki medyczne”, dofinansowanego z programu „Społeczna Odpowiedzialność Nauki” Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wzwyższego. Projekt został stworzony we współpracy z Uniwersytetem Medycznym w Łodzi. Za przygotowane animacje odpowiada polskie studio animacji i ilustracji Pickledframes. Kanał przeznaczony dla dzieci, prowadzony przez Tomasza Rożka, ma prawie 24 tysiące subskrybentów (stan na 22.08.2021), a każdy z filmów obejrzano już od 8 do ponad 70 tysięcy razy.

Jednym z najbardziej popularnych anglojęzycznych kanałów na YouTube dla dzieci jest *Blippi Educational Videos for Kids*. Blippi to, jak pisze sam o sobie, zabawna, pełna energii postać ubrana w niebiesko-pomarańczowe kolory, która uczy dzieci

wielu różnych rzeczy (por. <https://blippi.com/pages/who-is-blippi-stevin-john-actor> [dostęp: 22.08.2021]). Kanał przeznaczony jest dla dzieci w wieku od 2 do 7 lat. Jego filmy zaczynają się charakterystyczną czołówką z piosenką, w której pada imię Blippiego. Następnie Blippi wita się z widzami i opisuje to, co zobaczą w danym odcinku. Przygotowane materiały mają różną długość, niektóre trwają 10 minut, a inne ponad godzinę. Narracja prowadzona jest w sposób bardzo wyrazisty. Blippi często stosuje wykrzyknienia i onomatopeje. Czasem można mieć wrażenie, że jego ekspresja jest zbyt duża. Dzieciom prawdopodobnie jednak to się podoba, bo odcinki mają miliony wyświetleń. O wielkiej popularności świadczy także fakt, że Blippi wprowadził na rynek serię gadżetów ze swoją podobizną (plecaki, koszulki, książeczki, narzuty na łóżko, lalki i inne). Z pewnością można zauważyć, że Blippi zapewnia dzieciom (szczególnie tym najmłodszym) w miarę bezpieczną ekranową rozrywkę nie ma w niej agresji i przemocy, jest za to dużo poznawania świata, który nas otacza. Przykładowe treści poruszane w odcinkach to: kształty *Learn Shapes for Kids with Blippi | The Shapes Song* ([https://www.youtube.com/watch?v=teif6M9FjHE&list=PLzGk\\_uTg08P-88\\_G\\_mpQcDIqB6Xeeq\\_wl&index=6](https://www.youtube.com/watch?v=teif6M9FjHE&list=PLzGk_uTg08P-88_G_mpQcDIqB6Xeeq_wl&index=6) [dostęp: 16.10.2021]); wóz strażacki i remiza strażacka *Blippi Explores Fire Trucks for Children | Blippi Fire Truck Song* (<https://www.youtube.com/watch?v=Cjbc9wAErts> [dostęp: 16.10.2021]); czy gra w koszykówkę *Blippi Plays Basketball With Andre Drummond! | Fun and Educational Videos For Kids* (<https://www.youtube.com/watch?v=AhbW4Dc07HE> [dostęp: 16.10.2021]).

Blippi przygotowane przez siebie filmy publikuje również na innych kanałach w innych językach, m.in. niemieckim (*Blippi Deutsch*), hiszpańskim (*Blippi Español*), portugalskim (*Blippi em Português*), a także arabskim (*Blippi Arabic* *يبلب جمانرب (لافط نوترك*). Kanały te cieszą się ogromną popularnością. Wersję anglojęzyczną subskrybuje prawie 14 milionów użytkowników, hiszpańską 12 milionów, portugalską 824 tysiące, niemiecką 184 tysiące, a arabską 154 tysiące) (stan na 16.10.2021).

Podobnym kanałem do prowadzonego przez Blippiego, dostępnym jednak w języku polskim, jest kanał *Ciocia Ania filmy edukacyjne dla dzieci*. Ciocia Ania to raczkujący projekt, który przyciągnął już pewną grupę widzów (niektóre filmy np. *Kim był Józef Piłsudski?*, *Poznaj historię pluszowego misia* czy *Dzień Ziemi* mają prawie 10 tysięcy wyświetleń). Prowadzi go była nauczycielka edukacji elementarnej, mająca również medialne doświadczenie. Przygotowywane przez nią filmiki są krótkie (trwają do 7 minut) i mogą stanowić wsparcie dla nauczycieli edukacji przedszkolnej i wczesnoszkolnej, ponieważ są punktem wyjścia do omawiania różnorodnych zagadnień, wykonywania ćwiczeń na kartach pracy (por. <https://www.youtube.com/channel/UCizr-TZu9qJfvaMfHREDntw> [dostęp: 31.08.2021]).

W wyszukiwaniu innych treści przyjaznych dzieciom, na pomoc przychodzi YouTube, oferując aplikację YouTube Kids (por. <https://www.youtube.com/kids/> [dostęp: 31.08.2021]). YouTube Kids to właściwie aplikacja, którą można pobrać na



urządzenia mobilne to właśnie na nich dzieci najchętniej oglądają materiały wideo, ponieważ rodzice często mają takie urządzenia pod ręką. Korzystając z YouTube Kids, opiekun może między innymi: tworzyć kolekcje filmów akceptowanych dla swojego dziecka, wybierać treści odpowiednie dla wieku swojego dziecka, korzystać z minutnika ograniczającego długie oglądanie filmów w Internecie, blokować wybrane treści, a także określić kategorię filmów, które będą dostępne dla dziecka (do wyboru mamy: Sztuka i plastyka, Zabawa i rozrywka, Nauka i hobby, Programy i kreskówki).

## Zakończenie

Obserwujemy współcześnie sytuację, w której pojęcie autorytetu bardzo się rozmyło. Częściej niż o autorytetach słyszymy o idolach lub po prostu celebrytach ludziach znanych z tego, że są znani. Słyszymy o medialnych osobowościach, które wiedzą jak przekazywać komunikaty do swoich grup docelowych, aby uzyskać oczekiwany efekt (np. sprzedać swoje produkty).

Niewątpliwie warto zgłębić kwestię „znaczących Innych”, autorytetów pojawiających się w życiu współczesnych dzieci, by zweryfikować ich rzeczywiste pojęcie na ten temat, sprawdzić, kogo i dlaczego uważają za postaci ważne. Wobec rozmycia analizowanego terminu i zatarcia się granicy między autorytetem a idolem (a nawet celebrytą!) rozpoznanie potrzeb i zainteresowań może wspomóc dorosłych w tworzeniu oraz dobieraniu treści i przekazów adekwatnych do możliwości rozwojowych i oczekiwań dzieci.

Posiadanie wzoru do naśladowania jest bardzo ważne, ponieważ pomaga w budowaniu własnego Ja, rozwijaniu własnej osobowości oraz nabywaniu cech pożądanых w społeczeństwie. Warto zabiegać o to, by rodzice, opiekunowie, edukatorzy świadomie towarzyszyli najmłodszym użytkownikom mediów w ich cyfrowych spotkaniach, wspierając, tłumacząc zachowania i postawy prezentowane w cyfrowej rzeczywistości, czy wreszcie proponując bardziej wartościowe treści, nie dopuszczając jednocześnie do tego, by media stały się dla współczesnych dzieci niekontrolowanym przez rodzica, niebezpiecznym opiekunem.

## Bibliografia

- Bąk A. (2015). *Korzystanie z urządzeń mobilnych przez małe dzieci w Polsce. Wyniki badania ilościowego*. Fundacja Dzieci Niczyje, [http://www.mamatatatablet.pl/pliki/uploads/2015/11/Korzystanie\\_z\\_urzadzen\\_mobilnych\\_raport\\_final.pdf](http://www.mamatatatablet.pl/pliki/uploads/2015/11/Korzystanie_z_urzadzen_mobilnych_raport_final.pdf) [dostęp: 30.08.2021].

- Berger P. L., T. Luckman (1983). *Spoleczne tworzenie rzeczywistosci*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Godzic W. (2007). *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Godzic W. (2004). *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Howiecki M. (2012). *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*. Lublin: Wydawnictwo Archidiecezji Lubelskiej Gaudium
- Iwanicka A. (2016). Świat pod palcami. Dzieci w świecie nowych mediów, [w:] N. Walter (red.), *Zanurzeni w mediach. Konteksty edukacji medialnej*, Seria Psychologia i Pedagogika, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, s. 77–88.
- Jan M. (2020). *Patostreaming – ciemna strona internetu. Analiza zjawiska na wybranych przykładach*, „Media Biznes Kultura”, 1(8), s. 169–180.
- Morbiter J. (2014). *O wychowaniu w świecie nowych mediów – zarys problematyki*, „Labor et Educatio”, nr 2, s. 119–143.
- Olechnicki K., P. Załęcki (1997). *Słownik socjologiczny*. Toruń: Wydawnictwo Graffiti BC.
- Piechna J. (2019). *Szkodliwe treści w Internecie. Nie akceptuję, reaguję! Poradnik dla rodziców*. Warszawa: NASK.
- Piórkowski P. (2016). *Autorytety. Idole, pozory, celebryci i eksperci*. Stare Miasto: Wydawnictwo Witonet.
- Stasiak P. (2012). *Jak wychować dzieci (w sieci)*. „Polityka”, nr 22(2860).
- Szacka B. (2003). *Wprowadzenie do socjologii*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Szymański M. (2013). *Socjologia edukacji*. Kraków: Oficyna Wydawnicza IMPULS.
- Wadsworth B. J. (1998). *Teoria Piageta. Poznawczy i emocjonalny rozwój dziecka*. Warszawa: Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne.
- Więczkowska M. (2012). *Co wciąga Twoje dziecko?*. Kraków: Wydawnictwo M.
- Walter N., Pyżalski J., Iwanicka A., Kąkolewicz M., Michniuk A., Barwicka A., Sikorska J. (2020). *Media cyfrowe a edukacja dziecka* [w:] Krauze-Sikorska H., Klichowski M. (red.), *Pedagogika dziecka*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM. DOI: 10.14746/amup.9788323236948.
- Walter N. (red.). (2016). *Zanurzeni w mediach. Konteksty edukacji medialnej*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.
- Witkowski L. (2011). *Historie autorytetu wobec kultury i edukacji*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.

## Netografia

- Blippi Educational Videos for Kids. <https://blippi.com/pages/who-is-blippi-stevin-john-actor> [dostęp: 22.08.2021].
- Blippi Educational Videos for Kids: Learn Shapes for Kids with Blippi | The Shapes Song [https://www.youtube.com/watch?v=teif6M9FjHE&list=PLzGk\\_uTg08P-88\\_G\\_mPQcDIqB6Xeeq\\_wl&index=6](https://www.youtube.com/watch?v=teif6M9FjHE&list=PLzGk_uTg08P-88_G_mPQcDIqB6Xeeq_wl&index=6) [dostęp: 16.10.2021].

- Blippi Educational Videos for Kids: Blippi Explores Fire Trucks for Children | Blippi Fire Truck Song (<https://www.youtube.com/watch?v=CjbC9wAErts> [dostęp: 16.10.2021]).
- Blippi Educational Videos for Kids: Blippi Plays Basketball With Andre Drummond! | Fun and Educational Videos For Kids (<https://www.youtube.com/watch?v=AhbW4Dc07HE> [dostęp: 16.10.2021]).
- Ciocia Ania filmy edukacyjne dla dzieci. <https://www.youtube.com/channel/UCizr-TZu9qJfvaMfHREDntw>, [dostęp: 30.08.2021].
- Rogala A. (2018). *Duże sukcesy młodej Neli*, <https://www.pb.pl/duze-sukcesy-malej-neli-940777> [dostęp: 21.08.2021].
- Nauka. To lubię Junior (2021). Czemu mydło myje? <https://www.youtube.com/c/nauka-tolubiejunior/videos?view=0&sort=da&flow=grid>, [dostęp: 22.08.2021].
- Urząd Komunikacji Elektronicznej (2017). *Badanie opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych oraz preferencji konsumentów. Raport z badań rodziców i dzieci*. [https://uke.gov.pl/akt/badanie-konsumentow-dzieci,53.html?fbclid=IwAR2e6ceZ4BOUNAEK-DKej43bO7u4G72FEqTrFr7foCbDMtcO4q\\_tN7N0ZR0](https://uke.gov.pl/akt/badanie-konsumentow-dzieci,53.html?fbclid=IwAR2e6ceZ4BOUNAEK-DKej43bO7u4G72FEqTrFr7foCbDMtcO4q_tN7N0ZR0) [dostęp: 30.09.2019].

#### ADRES DO KORESPONDENCJI

---

Anna Michniuk  
Akademia im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim  
e-mail: [amichniuk@ajp.edu.pl](mailto:amichniuk@ajp.edu.pl)

Katarzyna Bartkowiak  
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
e-mail: [katbar@amu.edu.pl](mailto:katbar@amu.edu.pl)