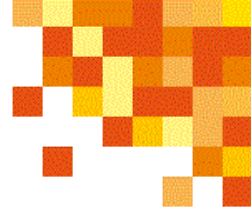




INSTYTUT SOCJOLOGII
UNIwersytetu Rzeszowskiego



Marshall McLuhan's concept of "hot" and "cool" media and attitudes of Polish students towards the twentieth century

Polish history

Marshalla McLuhana koncepcja mediów „zimnych” gorących a postawy uczniów szkół ponadgimnazjalnych wobec historii Polski XX w.

Krzysztof Piróg

Uniwersytet Rzeszowski

Cel wystąpienia:

Prezentacja refleksji na temat Marshalla McLuhana mediów „zimnych” i „gorących” w świetle wyników badania postaw uczniów szkół ponadgimnazjalnych wobec historii Polski XX w.

Gorący środek to taki, który przedłuża **pojedynczy zmysł** z „wysoką rozdzielczością”. Wysoka rozdzielczość to stan **silnego nasycenia danymi**. [...] Media gorące [...] nie pozostawiają odbiorcom zbyt wiele do uzupełnienia i w konsekwencji wywołują u nich **słabe zaangażowanie** w to, co im pokazują. Z mediami zimnymi jest inaczej. One zmuszają odbiorców do zaangażowania się i do uzupełniania. Naturalne jest więc, że gorący środek przekazu [...] wywiera zupełnie inny wpływ na odbiorcę, niż zimny [...]”. [McLuhan 1998, s. 57].

Media „zimne” a media „gorące”

Wymiar	Media „zimne”	Media „gorące”
Sposób odbioru informacji	Aktywny	Pasywny
Interaktywność	Tak	Nie
Ilość przekazywanych informacji	Mała	Duża
Tempo przekazywania informacji	Wolne	Szybkie
Zaangażowane zmysły	Wiele	Jeden

Media „zimne” a media „gorące” wg Marshalla McLuhana

Media „zimne”	Media „gorące”
Telefon	Radio
Telewizja	Film
Film rysunkowy	Fotografia
Mowa	Pismo/literatura

Założenia badań własnych

Próba – 3744 uczniów II klas ze 169 szkół ponadgimnazjalnych z całej Polski dobranych w sposób dwustopniowy (warstwowo-losowy).

Czas realizacji badania – I kwartał 2015 r.

Zastosowana technika badawcza - CASI

Opracowanie typologii postaw na podstawie strukturalnej definicji z wyróżnieniem komponentu poznawczego, afektywnego (emocjonalnego) oraz behawioralnego.

Postawa pełna jako komplementarne występowanie wszystkich trzech komponentów.

Źródła wiedzy o historii Polski

- Szkoła,
- Książki,
- Telewizja,
- Internet,
- Placówki muzealne,
- Kościół,
- Czasopisma,
- Rozmowy z członkami rodziny,
- Rozmowy z kolegami, znajomymi,
- Rekonstrukcje historyczne,
- Uroczystości patriotyczne,
- Miejsca pamięci

Źródło wiedzy historycznej	Sposób odbioru informacji	Interaktywność	Ilość przekazywanych informacji	Tempo przekazywania	Zaangażowane zmysły	Typ medium
Szkoła	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne
Książki	Aktywny	Nie	Mała	Wolne	Jeden	Zimne
Telewizja	Pasywny	Nie	Duża	Szybkie	Wiele	Gorące
Internet	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne
Muzea	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne
Kościół	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne
Czasopisma	Aktywny	Nie	Mała	Wolne	Jeden	Zimne
Rodzina	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne
Znajomi	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne
Rekonstrukcje	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne
Uroczystości	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne
Miejsca pamięci	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne

Źródło wiedzy historycznej	Sposób odbioru informacji	Interaktywność	Ilość przekazywanych informacji	Tempo przekazywania	Zaangażowane zmysły	Typ medium	Rho Spearmana >0,2
Szkoła	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne	Nie
Książki	Aktywny	Nie	Mała	Wolne	Jeden	Zimne	Tak
Telewizja	Pasywny	Nie	Duża	Szybkie	Wiele	Gorące	Nie
Internet	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne	Tak
Muzea	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne	Tak
Kościół	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne	Nie
Czasopisma	Aktywny	Nie	Mała	Wolne	Jeden	Zimne	Nie
Rodzina	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne	Tak
Znajomi	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne	Nie
Rekonstrukcje	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne	Nie
Uroczystości	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne	Tak
Miejsca pamięci	Aktywny	Tak	Mała	Wolne	Wiele	Zimne	Tak



INSTYTUT SOCJOLOGII
UNIWERSYTETU RZESZOWSKIEGO



Dziękuję!

kpirog@ur.edu.pl