



Cechy kultury masowej

- [Wprowadzenie](#)
- [Przeczytaj](#)
- [Schemat](#)
- [Sprawdź się](#)
- [Dla nauczyciela](#)

Bibliografia:

- Źródło: Zbigniew Herbert, *Jakość i nijakość w kulturze masowej ankieta (II)*, „Więź” 1976, nr 2 (214).
- Źródło: Tomasz Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005, s. 217.
- Źródło: Antonina Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980, s. 95–105.
- Źródło: Dwight Macdonald, *A Theory of Mass Culture*, „Diogenes” 1953, nr 1(3), s. 1.



W 1978 roku Zbigniew Herbert zadał pytanie, czy kultura masowa musi stać w opozycji do kultury wysokiej, czy musi być jej wrogiem.

((Zbigniew Herbert

Jakość i nijakość w kulturze masowej ankieta (II)

Istnieje niebezpieczna tendencja, aby „wygrać” kulturę masową przeciwko kulturze *sensu stricto*, wykazując społeczną nicość temu wierszy, poważnego dramatu czy trudnego utworu muzycznego wobec masowego zapotrzebowania na piosenkę, tanią rozrywkę, kicz – co rzekomo uwielbia lud. Antagonizm taki istnieje i istniał zawsze (Seneka „przegrywał” w walce z popisami gladiatorów), ale doprawdy nie rozumiem, po co mielibyśmy pogłębiać ten antagonizm.

Źródło: Zbigniew Herbert, *Jakość i nijakość w kulturze masowej ankieta (II)*, „Więź” 1976, nr 2 (214).

Jakie jest twoje zdanie?



Kultura masowa to nie tylko kultura mas, ale i mass mediów. Oba elementy tworzą swoistą mieszankę, która – według jej krytyków – stanowi zaprzeczenie kultury w ogóle, bo stoi w opozycji do jej elitarności. Czy jednak elitarność istotnie służy kulturze? Tej kwestii tak naprawdę nie można jednoznacznie rozstrzygnąć. Warto się jednak przyjrzeć paradoksom kultury masowej, która wraz z unifikacją idei niesie demokratyzację odbioru, a z uproszczeniem treści – rozszerzenie kręgu ich odbiorców. Zawsze zatem jest coś za coś. Zobaczmy, jak ta zasada ogniskuje się w kulturze masowej.

Twoje cele

- Wyjaśnisz, czym jest kultura masowa.
- Wskażesz cechy kultury masowej.
- Zaproponujesz argumenty przeciw kulturze masowej i w jej obronie.
- Rozpoznaś popularne produkty kultury masowej.
- Scharakteryzujesz proces powstawania kultury masowej.
- Przeanalizujesz na przykładach zjawisk kulturowych cechy kultury masowej.
- Rozróżnisz treści kulturowe zaliczane do kultury masowej i do kultury elitarniej.

Przeczytaj

((Antonina Kłoskowska

Kultura masowa. Krytyka i obrona

Przez kulturę mas rozumiem ogół kulturalnych dóbr konsumpcyjnych oddanych do dyspozycji publiczności w najszerszym rozumieniu tego słowa... za pomocą masowego komunikowania w ramach cywilizacji technicznej. (...) Zgodnie z najogólniej przyjętym znaczeniem pojęcie kultury masowej odnosi się do zjawisk współczesnego przekazywania wielkim masom odbiorców identycznych lub analogicznych treści płynących z nielicznych źródeł oraz do jednolitych form zabawowej, rozrywkowej działalności wielkich mas ludzkich.

Źródło: Antonina Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980, s. 95–105.

Proces kształtowania kultury masowej

Kultura masowa jest wytworem procesów zachodzących w dziewiętnastowiecznych społeczeństwach kapitalistycznych.

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Cechy kultury masowej

Cechy kultury masowej wynikają z jej specyfiki – z faktu, że zaspokajają zróżnicowane gusta i potrzeby masowej rzeszy odbiorców: osób w różnym wieku, o wykształceniu od najniższego po najwyższe. A także o zróżnicowanych doświadczeniach w zakresie konsumpcji kulturalnej, pochodzących ze wsi, z małych i dużych miast, należących do bardzo różnych grup społecznych.

odbiorcy

Odbiorcy treści kultury masowej stanowią publiczność rozproszoną lub pośrednią (w odróżnieniu od publiczności bezpośrednio uczestniczącej w spektaklach, koncertach, widowiskach sportowych). Innymi słowy przekaz dociera do jednostek, ewentualnie małych grup (rodzin, grup przyjaciół, w zaciszu domowym lub w jakiejś względnie izolowanej przestrzeni: klubie, na ławkach parkowych etc).

Przymiotnik „masowa” odnosi się raczej do bliżej nieokreślonej liczby odbiorców, przekraczających w zglobalizowanym świecie granice państw i kontynentów. Nie oznacza zatem jednolitości społeczno-kulturowej. W kulturze masowej obowiązuje bowiem reguła „dla każdego coś dobrego”, podobnie jak w produkcji innych dóbr konsumpcyjnych, zróżnicowanych pod względem jakości, trwałości, ceny, designu, a także wieku, płci oraz sytuacji społecznej i ekonomicznej odbiorcy.

treści

Treści kultury masowej mają charakter wystandaryzowany – aby były interesujące dla jak najliczniejszej grupy odbiorców. Organizacja wytwarzania dóbr kultury masowej przypomina produkcję innych dóbr oferowanych przez gospodarkę rynkową. „Przemysły kulturowe” odgrywają coraz większą rolę we współczesnym społeczeństwie. Podobnie jak w innych dziedzinach gospodarki, nadawca musi dysponować wiedzą o potencjalnych odbiorcach przekazu, rozpoznawać ich preferencje, gusta. Na tej podstawie dostosowuje treść przekazu do popytu zgłaszanego przez odbiorców. Można to osiągnąć co najmniej na dwa sposoby.

1. Tworzenie przekazu, którego odbiór wymaga minimalnych kompetencji kulturowych potencjalnego odbiorcy. Widoczny wzrost jakości treści kultury masowej jest warunkowany wzrostem tych kompetencji u odbiorcy. To z kolei wynika z coraz wyższego poziomu scholaryzacji i uczestnictwa w kulturze.
2. Sposób niewykluczający pierwszego. Adresowanie konkretnego przekazu do precyzyjnie zdefiniowanego odbiorcy (o określonych preferencjach wyrażających posiadane przez odbiorcę zainteresowania). Możliwe jest to poprzez tworzenie odpowiednich kanałów telewizyjnych, programów radiowych itp.

Miłośnik muzyki poważnej lub hobbysta interesujący się historią swego kraju czy historią powszechną, podobnie jak odbiorca interesujący się programami kulinarnymi czy życiem gwiazd, bez trudu znajdzie w ofercie prasowej, radiowej, telewizyjnej – nie mówiąc już o internecie – programy zaspokajające najwybredniejsze gusta.

oddziaływanie

Historycznie rzecz ujmując, coraz nowsze środki przekazu ograniczają w jakiejś mierze zasięg tradycyjnych mediów: prasy i książek. Pierwszym takim medium była telewizja. Obecnie rolę dystrybutora wszelkich treści przejmuje internet.

Praktycznie znosi to ograniczenia czasu i przestrzeni. Zdarzenie odległe o tysiące kilometrów staje się natychmiast informacją dostępną dla każdego potencjalnego użytkownika mediów (media pozwalają obserwować zjawiska i zdarzenia w czasie rzeczywistym). Dzieje się tak w przypadku katastrof naturalnych, wojen czy ataków

terrorystycznych. Dzięki współczesnym mediom istnieje możliwość poznania najwybitniejszych prezentacji dawnych i współczesnych twórców kultury wysokiej: widowisk operowych, koncertów solowych artystów czy dzieł szeroko rozumianych sztuk plastycznych, podobnie jak folkloru, sztuki ludowej z różnych regionów czy kontynentów. Oddziaływanie kultury masowej w jej obecnym kształcie charakteryzuje nie tylko zakres treści, ale również zasięg. Ma ona bowiem demokratyczny charakter. Praktycznie każdy ma możliwość korzystania z mediów. Chociaż mają one najczęściej komercyjną formę, koszt dostępu do konkretnego medium nie przekracza możliwości ekonomicznych indywidualnego odbiorcy.

Kultura masowa (popularna) a kultura elitarna (wysoka)

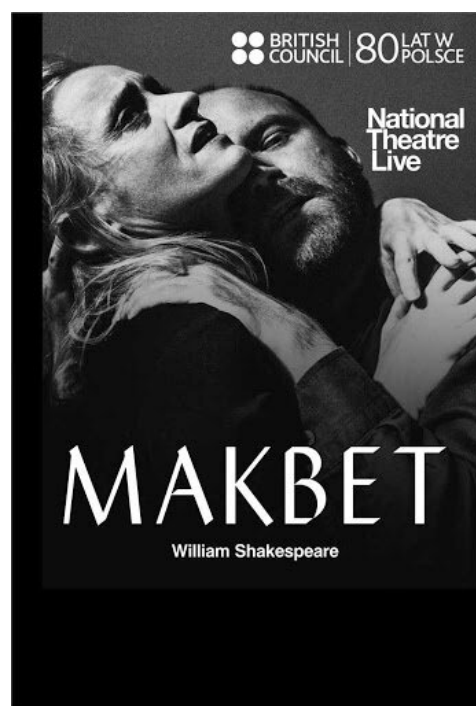
Badacze kultury wkładają dużo wysiłku w odróżnienie kultury masowej od kultury elitarniej.

((Dwight Macdonald

A Theory of Mass Culture

Od około stu lat kultura zachodnia tak naprawdę składa się z dwóch kultur: tradycyjnej (nazwijmy ją kulturą wysoką), odnotowywanej w podręcznikach, oraz kultury masowej (...). Kultura masowa rozwinęła także własne środki przekazu (...): radio, filmy, komiksy, kryminały, *science fiction*, telewizja. Czasem bywa nazywana kulturą popularną (...).

Źródło: Dwight Macdonald, *A Theory of Mass Culture*, „Diogenes” 1953, nr 1(3), s. 1.



Plakat reklamujący kinową transmisję na żywo spektaklu wystawianego przez National Theatre. Zastanów się, gdzie w tym konkretnym przypadku przebiega granica, która decyduje o tym, czy wydarzenie należy do kultury masowej, czy wysokiej. Źródło: dostępny w internecie: edukacjakulturalna.pl [dostęp 20.05.2020 r.], tylko do użytku edukacyjnego.

Między tymi dwoma typami kultury nie można jednak wyznaczyć ostrej i trwałej granicy. Wpływa na to wiele czynników:

- kultura masowa korzysta często z treści kultury elitarnej, a ta ostatnia –ze środków technicznych wykorzystywanych w produkcji i **dystrybucji** dóbr **kultury popularnej**;
- widoczne jest przemieszanie treści symbolicznych z różnych poziomów (np. dzieła literackie jako kanwa scenariuszy filmowych czy dzieła plastyczne produkowane w formie plakatów);
- historycznie zmienny zakres kultury elitarnej (np. jazz traktowany jako element kultury popularnej w czasach, kiedy powstawał i jako **kultura wysoka** w czasach współczesnych).



Peter Paul Rubens, *Trzy Gracje*, około 1635.

Źródło: domena publiczna.

Zastanów się, do jakiej kultury można zaliczyć te wytwory i kim są ich twórcy. Spróbuj na podstawie tych dzieł wymienić cechy kultur, które reprezentują.

Zwyczaj się przyjmować, że wytwory kultury elitarnej można odróżnić od wytworów kultury masowej wówczas, gdy:

1. są przekazywane w bezpośrednim kontakcie twórcy (odtwórcy) i odbiorcy (np. koncert muzyki klasycznej w filharmonii, obraz w muzeum, galerii);
2. są uznane za elitarne przez instytucje (osoby) kompetentne do wydawania takich ocen;
3. nie są zdominowane przez treści o charakterze rozrywkowym ani nastawione na **komercjalizację**.

Słownik

dystrybucja

(z łac. *distributio* – rozdział, podział od *distribuere* – rozdzielać, rozdawać); wszelkie czynności związane z dostarczaniem do odbiorców (konsumentów) wyprodukowanych dóbr

egalitaryzm

(z fr. *égalitaire* – dążący do równości); pogląd społeczno-polityczny uznający za podstawę sprawiedliwego ustroju społecznego zasadę całkowitej równości między ludźmi pod względem ekonomicznym, społecznym i politycznym (przeciwieństwo elitaryzmu)

homogenizacja kultury

proces ujednolicania kultury na obszarze danego społeczeństwa, w wyniku mieszania się dwóch różnych kultur charakteryzujący się tym, iż elementy kulturowe zaczynają się całkowicie upodabniać, np. zwyczaje, moda

komercjalizacja

oparcie działań na zasadach rynku; podjęcie działań, w wyniku których wytwór człowieka zyskuje wartość rynkową i zdolność do przynoszenia zysku (może zostać sprzedany, przetworzony lub udostępniony w celu osiągnięcia zysku)

kultura popularna

dominująca część kultury masowej, ciesząca się największą aprobatą wśród szerokiego kręgu odbiorców z różnych grup społecznych głównie ze względu na przystępność finansową i łatwość odbioru jej przekazu

kultura wysoka

przeciwieństwo kultury masowej; kultura elitarna, raczej niepodlegająca utowarowieniu, odwołująca się do wartości intelektualnych i estetycznych

ludyczny

o charakterze rozrywkowym

opinia publiczna

reakcja zbiorowości na zdarzenia, zjawiska wywołane działaniami władz, instytucji wchodzących w skład szeroko rozumianej sfery publicznej; najogólniej oznacza aprobatę lub dezaprobatę dla widocznych w przestrzeni publicznej stanowisk, zachowań, artykułowaną przez jakąś część społeczeństwa, zbiorowości

scholaryzacja

(z łac. *schola* – szkoła); lub skolaryzacja; powszechność nauczania; w szczególności występuje jako wskaźnik scholaryzacji: stosunek wszystkich uczących się na danym poziomie kształcenia do liczby osób będących w wieku obejmowanym przez dany poziom kształcenia

Mechanizm oddziaływania kultury masowej na zachowania społeczne

Komercjalizacja to jedna z głównych cech kultury masowej. Twórcy treści w obszarze kultury masowej mają interes w ich dystrybucji, ale treści te wykorzystywane są nie tylko do zarabiania w sposób bezpośredni. Autorzy, nadający określone treści za pośrednictwem mediów, mają na celu także kształtowanie opinii. Robią to producenci dóbr konsumpcyjnych, artyści, politycy czy organizacje, które realizują szczytne cele społeczne. Oddziaływanie nigdy jednak nie jest bezpośrednie. To znaczy, że jego efekt zależy nie tylko od nadawcy (wysiłku i środków, jakie zaangażował w konstrukcję i dystrybucję przekazu), ale też od odbiorców (ich społecznego, ekonomicznego i kulturowego uwarunkowania, które niektóre treści przyjmuje, inne modyfikuje, a jeszcze inne po prostu blokuje).

Polecenie 1

Przeanalizuj powyższy problem na przykładzie akcji medialnej prowadzonej w latach 60. XX wieku przez czasopismo „Przyjaciółka”.

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Rozkład procentowy odpowiedzi na pytanie: „Którą z podanych sytuacji uważa Pan(i) za najlepszą dla rodziny?”

rok : 1997

i : 37

ii : 38

iii : 25

rok : 2000

i : 38

ii : 42

iii : 20

rok : 2004

i : 47

ii : 27

iii : 26

rok : 2006

i : 41

ii : 32

iii : 27

rok : 2012

i : 48

ii : 22

iii : 30

Legenda:

I – Mąż (partner) i żona (partnerka) mniej więcej tyle czasu przeznaczają na pracę, oboje w równym stopniu zajmują się domem, dziećmi (model partnerski).

II – Jedynie mąż (partner) pracuje, zarabiając na zaspokojenie potrzeb rodziny, żona (partnerka) zajmuje się prowadzeniem domu, wychowywaniem dzieci itp. (model tradycyjny).

III – Inne sytuacje.

Źródło: oprac. na podst. CBOS, *Potrzeby prokreacyjne oraz preferowany i realizowany model rodziny*, Komunikat z badań BS/61/2012, cbos.pl.

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Ćwiczenie 1

Zapoznaj się z wykresem, który pokazuje preferowany przez Polaków układ ról między mężczyzną a kobietą w rodzinie. Wyszukaj po jednym materiale zamieszczonym w dowolnych mediach, który promuje każdy z opozycyjnych modeli (partnerski vs tradycyjny) i wskaż cechy społeczne Polaków, które twoim zdaniem decydują o preferowaniu modelu partnerskiego bądź tradycyjnego.

Sprawdź się

Pokaż ćwiczenia:   

Ćwiczenie 1



Wskaż określenie, które najlepiej charakteryzuje podmioty wytwarzające treści kultury masowej.

☐ władza polityczna

☐ opinia publiczna

☐ publiczność masowa

☐ przemysł kulturowy

Ćwiczenie 2



Wskaż wynalazki techniczne, które przyczyniły się do rozwoju kultury masowej.

☐ prasa rotacyjna

☐ młot parowy

☐ telegraf

☐ zwierciadło płaskie

☐ radio

☐ pług wirnikowy

Ćwiczenie 3



Zdecyduj, które stwierdzenia są prawdziwe, a które fałszywe.

Stwierdzenie	Prawda	Fałsz
Kultura masowa powstała w momencie wynalezienia druku przez Gutenberga.	☐	☐
Treści kultury masowej dostępne są za darmo dla wszystkich odbiorców.	☐	☐
Dzieło zaliczane do kultury elitarnej przekształca się w treść kultury masowej po przekroczeniu określonej liczby odbiorców.	☐	☐
Treści kultury masowej mają charakter wystandardyzowany.	☐	☐
Przesłanki dla powstania kultury masowej pojawiły się w Europie dopiero w wieku XIX.	☐	☐
Internet ograniczył oddziaływanie na opinię publiczną tradycyjnych środków masowego przekazu.	☐	☐

Ćwiczenie 4



Wskaż, które zdjęcia są przykładami kultury masowej.



Źródło: CC0.



Zapoznaj się z wykresami prezentującymi wyniki badań oglądalności seriali emitowanych przez różne stacje telewizyjne i platformy streamingowe.

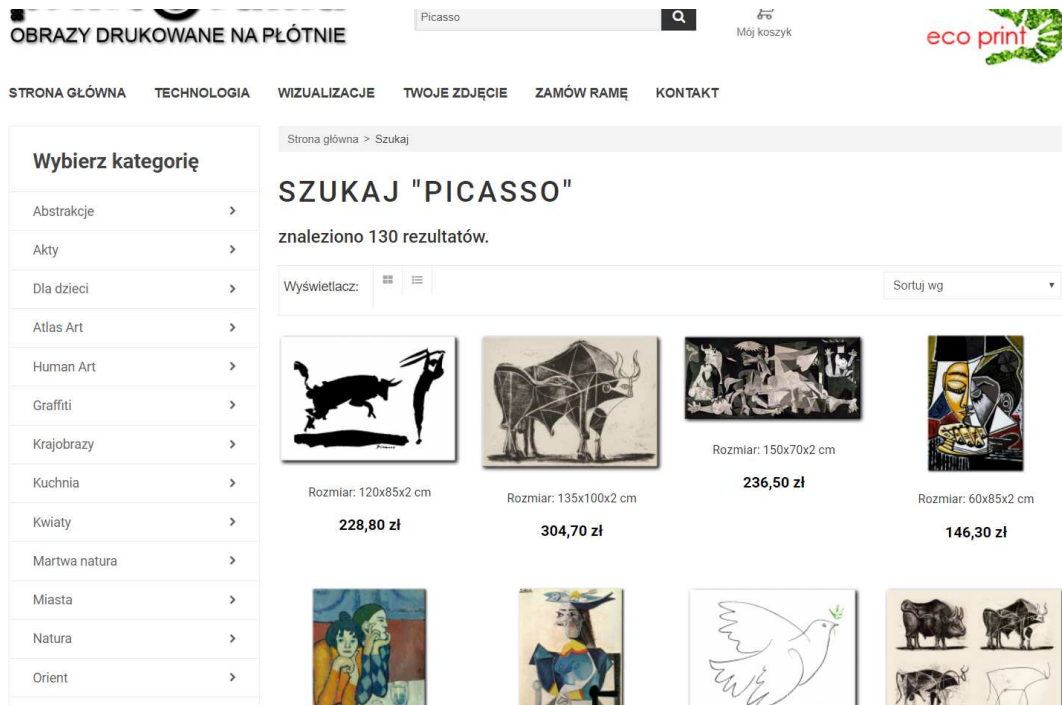
tytuł_serialu : Gra o tron
oglądalność_(w_mln) : 8.7
tytuł_serialu : Kobiety mafii
oglądalność_(w_mln) : 6.9
tytuł_serialu : Wikingowie
oglądalność_(w_mln) : 5.9
tytuł_serialu : The Walking Dead
oglądalność_(w_mln) : 5
tytuł_serialu : Lucyfer
oglądalność_(w_mln) : 4.4

Źródło: oprac. na podst. *Top 5 najpopularniejszych seriali wśród widzów internetowych*, vipmultimedia.pl [online, dostęp: 4.01.2020].

Źródło: Englishsquare.pl sp. z o.o., licencja: CC BY-SA 3.0.

Wyjaśnij, jaki wpływ mają takie badania na tworzenie treści zaliczanych do kultury masowej.

Zapoznaj się z propozycją jednej z firm, która za pośrednictwem internetu oferuje wydrukowane na płótnie reprodukcje dzieł sztuki plastycznej.



Źródło: dostępny w internecie: print-o-rama.pl, tylko do użytku edukacyjnego.

Wyjaśnij, na czym polega w tym wypadku połączenie elementów kultury elitarnej (wysokiej) z elementami kultury masowej (popularnej).



Przeanalizuj dokładnie wszystkie elementy graficzne znajdujące się na zdjęciu prezentującym fragment materiału prasowego zamieszczonego w internecie i wykonaj ćwiczenie.



ANITA PIOTROWSKA | 28.12.2019 | CZYTA SIĘ 4 MINUTY

Słowo „oskarżam” przyłgnęło do Romana Polańskiego. Jego najnowszy film nie jest, na szczęście, mową adwokacką we własnej sprawie.



Kadr z filmu „Oficer i szpieg” GUY FERRANDIS / MAT. PRASOWE

[Do początku](#)



[ZAPAMIĘTAJ NA PÓŹNIEJ](#)
[O KOMENTARZY. SKOMENTUJ.](#)

PODOBNE TEKSTY

Ciemne energie i latający dywan
MONIKA OCHĘDOWSKA

Ciemne energie i latający dywan
MONIKA OCHĘDOWSKA

Oskarżony Roman Polański
MONIKA OCHĘDOWSKA

Źródło: dostępny w internecie: tygodnikpowszechny.pl, tylko do użytku edukacyjnego.

Wykaż, że rola, jaką pełni współczesny czytelnik treści kultury masowej, może wykraczać poza rolę odbiorcy tych treści.



Zapoznaj się z fragmentem tekstu i wykonaj ćwiczenie.

((Tomasz Goban-Klas

Cywilizacja medialna

We współczesnym państwie o wpływie mediów na władzę wykonawczą w ogóle nie można wątpić; przeglądy prasy są obowiązkową lekturą ministrów i często podstawą do odpowiednich działań podejmowanych nawet dużym kosztem, byle wykazać się wrażliwością na krytykę społeczną. Ministrowie na ogół bardziej słuchają prasy niż organizacji pozarządowych.

Źródło: Tomasz Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005, s. 217.

Rozważ, jakie znaczenie mają dla polityków opinie dziennikarzy. Wskaż, czy ich działania są odpowiedzią na zapotrzebowanie zgłaszane przez dziennikarzy.

Dla nauczyciela

Autorka: Dorota Czarny

Przedmiot: wiedza o społeczeństwie

Temat: Cechy kultury masowej

Grupa docelowa: III etap edukacyjny, liceum, technikum, zakres podstawowy, zakres rozszerzony

Podstawa programowa:

Zakres rozszerzony

II. Różnorodność kulturowa.

Uczeń:

6) analizuje na przykładach zjawisk kulturowych cechy kultury masowej;

Kształtowane kompetencje kluczowe:

- kompetencje w zakresie rozumienia i tworzenia informacji;
- kompetencje cyfrowe;
- kompetencje osobiste, społeczne i w zakresie umiejętności uczenia się;
- kompetencje obywatelskie;
- kompetencje w zakresie świadomości i ekspresji kulturalnej.

Cele operacyjne:

Uczeń:

- wyjaśnia, czym jest kultura masowa;
- wskazuje cechy kultury masowej;
- proponuje argumenty przeciw kulturze masowej i w jej obronie;
- rozpoznaje popularne produkty kultury masowej;
- charakteryzuje proces powstawania kultury masowej;
- analizuje na przykładach zjawisk kulturowych cechy kultury masowej;
- odróżnia treści kulturowe zaliczane do kultury masowej od treści zaliczanych do kultury elitarnej.

Strategie nauczania:

- konstruktywizm.

Metody i techniki nauczania:

- burza mózgów;
- mapa mentalna;
- wędrujące plakaty;
- analiza tekstu źródłowego;
- rozmowa nauczająca z wykorzystaniem ćwiczeń interaktywnych.

Formy zajęć:

- praca indywidualna;
- praca w parach;
- praca w grupach;
- praca całego zespołu klasowego.

Środki dydaktyczne:

- komputery z głośnikami i dostępem do internetu, słuchawki;
- zasoby multimedialne zawarte w e-materiale;
- tablica interaktywna/tablica, pisak/kreda;
- flipcharty i markery.

Przebieg zajęć:

Faza wstępna

1. Uczniowie mają za zadanie zapoznać się z tematem z e-materiału w celu aktywnego uczestnictwa w lekcji.
2. Przedstawienie tematu i celów zajęć.
3. Nauczyciel zapisuje na tablicy pojęcie „kultura masowa”, uczniowie na podstawie swojej wiedzy na ten temat podają skojarzenia (burza mózgów).
4. Na podstawie podanych przykładów uczniowie weryfikują i klasyfikują swoje wypowiedzi, tworząc mapę mentalną.

Faza realizacyjna

1. Nauczyciel dzieli klasę na sześć grup. Zespoły otrzymują arkusze flipcharta i markery. Każda grupa opracowuje przydzielone im zadania:
 - grupa 1 – odbiorcy kultury masowej;
 - grupa 2 – jak przekazywane są treści kultury masowej;
 - grupa 3 – jakie oddziaływanie ma współczesny przekaz medialny;
 - grupa 4 – kultura elitarna i kultura masowa – współzależności;

- grupa 5 – kultura elitarna i kultura masowa – zarzuty;
- grupa 6 – wskaż procesy kształtowania się kultury masowej.

2. Po wyznaczonym czasie grupy przekazują swoje plakaty kolegom i koleżankom po lewej stronie (zgodnie z ruchem wskazówek zegara). Każda grupa zapoznaje się z treścią plakatu i nanosi swoje opinie, spostrzeżenia i uwagi – zapisuje je innym kolorem niż grupa wcześniejsza. Plakaty krążą po klasie, aż wrócą do pierwotnej grupy.

3. Poszczególne grupy wywieszają w widocznym miejscu plakaty, a wyznaczone osoby prezentują wypracowane materiały.

4. Następnie uczniowie w parach na podstawie poznanych i omówionych zagadnień mają za zadanie wypisać cechy kultury masowej.

5. Po wyznaczonym czasie poszczególne pary odczytują wypisane przez siebie przykłady (uczniowie muszą uważnie słuchać prezentacji, by nie powtarzać już podanych). Wszystkie cechy zapisywane są na tablicy przez wybraną osobę.

6. Nauczyciel prosi, aby uczniowie w parach wykonali wybrane ćwiczenia z działu „Sprawdź się”. Następnie wspólnie omawiają odpowiedzi.

7. Uczniowie zapoznają się ze schematem interaktywnym i w parach wykonują polecenie 1. Wybrane lub chętne osoby z poszczególnych par wypowiadają się na temat akcji medialnej prowadzonej w latach 60. XX wieku.

Faza podsumowująca

1. Nauczyciel, przekazując informację zwrotną na temat pracy poszczególnych zespołów, podsumowuje zajęcia i wyjaśnia uczniowskie wątpliwości.

2. Uczniowie najaktywniejsi podczas zajęć zostają ocenieni.

Praca domowa:

Wykonaj pozostałe ćwiczenia w domu.

Zapisz w zeszycie trzy wnioski z dzisiejszej lekcji.

Materiały pomocnicze:

Antonina Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1980.

Dwight Macdonald, *A Theory of Mass Culture*, „*Diogenes*”, 1953, nr 1(3).

Dorota Pauluk, *Modele ról kobiecych w podręcznikach do wychowania seksualnego*, Kraków 2005.

Franciszek Adamski, *Modele małżeństwa i rodziny a kultura masowa*, Warszawa 1970.

Katarzyna Florczyk, *Modelowy wizerunek kobiety w propagandzie okresu stalinowskiego w Polsce*, polska1918-89.pl.

Tomasz Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005.

Zbigniew Herbert, *Jakość i nijakość w kulturze masowej ankiet (II)*, „Więź” 1976.

Wskazówki metodyczne opisujące różne zastosowania multimedium:

Na podstawie zasobów multimedialnych, jak i różnych dostępnych źródeł uczniowie mogą przygotować prezentację multimedialną z przykładami kultury masowej.