



„Wychowanie w Rodzinie” t. XI (1/2015)

nadesłany: 03.03.2015 r. – przyjęty: 16.06.2015 r.

Anna KRÓLIKOWSKA*

Dzieci nauczycielami swoich rodziców. Socjalizacja odwrotna we współczesnej rodzinie

Children as teachers to their parents. Reverse socialization
in the contemporary family

Streszczenie

Terminem „socjalizacja odwrotna” zwykle się określać zjawisko wdrażania starszego pokolenia przez młodsze w nowe warunki kulturowe (np. styl życia, moda, twórczość artystyczna). Ma ono miejsce w chwili szybkiej zmiany kulturowej. Problematyka socjalizacji dziecka czy nastolatka przez rodziców była przedmiotem analiz wielu naukowców. Z kolei proces odwrotnej socjalizacji nie budził podobnego zainteresowania wśród badaczy. Tymczasem na fakt, że proces socjalizacji nie jest wyłącznie jednokierunkowy, ale ma charakter relacji wzajemnych, zwracano uwagę już w latach sześćdziesiątych¹. Pierwsze badania empiryczne w odniesieniu do socjalizacji odwrotnej były prowadzone dopiero w latach 2000. w kontekście Internetu i handlu elektronicznego². Socjalizacja jest najpierw procesem jednokierunkowym (od rodzica do dziecka)

* e-mail: akrolikowska66@gmail.com

Wydział Pedagogiczny, Akademia Ignatianum w Krakowie, ul. Kopernika 26, 31–501 Kraków, Polska.

¹ R.Q. Bell, *A reinterpretation of the direction of effects in studies of socialization*, „Psychological Review” 1968, nr 75, s. 81–85; R. Hill, *Family development in three generations*, Cambridge Mass, Schenkman 1970.

² S. Grossbart i in., *Socialization aspects of parents, children and the Internet*, „Advances in Consumer Research” 2002, nr 29, s. 66–70.

i dokonuje się w dzieciństwie³. Dwukierunkową staje się później. Socjalizacja odwrotna – pojęcie wprowadzone przez Scotta Warda⁴ w 1974 roku – stanowi zatem fazę wpływu międzygeneracyjnego, która ma swój początek w okresie adolescencji, ale może trwać przez całe życie. Celem badań w ramach naszego tematu będzie ustalenie obszarów wpływu międzygeneracyjnego, ze szczególnym uwzględnieniem socjalizacji odwrotnej. Badania będą prowadzone z perspektywy młodzieży, a więc tych, którzy tę socjalizację odwrotną prowadzą. Badaniom poddana została młodzież w wieku od 15. do 18. roku życia. Realizacja celu badań przebiega trzyletowo: 1. Etap konceptualny: analiza pojęć socjalizacji odwrotnej oraz wpływu międzygeneracyjnego; 2. Etap operacyjno-badawczy, pozwalający na zbadanie tego procesu socjalizacji odwrotnej oraz 3. Etap prezentacji wyników przeprowadzonych badań.

Słowa kluczowe: młodzież, rodzice, wpływ międzygeneracyjny, socjalizacja, socjalizacja odwrotna.

Abstract

The term “reverse socialization” is used to denote the situation in which the younger generation introduces the older generation to new cultural conditions (e.g. lifestyle, fashion, art). It usually takes place during a prompt cultural change. The socialization of a child or a teenager by parents has been the subject of analyses carried out by numerous scientists, but the process of reverse socialization was of no significant interest to the scholars. Nevertheless, as early as in the 60’s some scientists noticed that socialization is not a one-way process but it has the nature of a mutual relationship⁵. The first empirical research related to reverse socialization was not carried out until 2000 within the context of the Internet and electronic commerce⁶. Socialization is first a one-way process (from the parent to the child) and it takes places in the childhood⁷. It becomes a mutual relationship later on. Thus, reverse socialization – the notion introduced by Ward⁸ – constitutes a phase of intergenerational influence which begins in adolescence but can last for the person’s whole life. The objective of the research related to our subject is to determine the areas of intergenerational influence, paying special attention to reverse socialization. The research shall be carried out from the point of view of young people, i.e. those who do such reverse socialization. The youth aged 16–18 shall

³ R.H. Shah, B. Mittal, *Toward a theory of intergenerational influence in consumer behaviour: an exploratory essay*, „Advances in Consumer Research”, M. Bruckis, D.J. MacInnis (coord.), 1997, nr 24, s. 55–60.

⁴ S. Ward, *Consumer socialization*, „Journal of Consumer Research” 1974, vol. 1, nr 2, s. 1–14.

⁵ R.Q. Bell, *A reinterpretation of the direction of effects in studies of socialization*, „Psychological Review” 1968, № 75, pp. 81–85; R. Hill, *Family development in three generations*, Cambridge Mass, Schenkman 1970.

⁶ S. Grossbart i in., *Socialization aspects of parents, children and the Internet*, „Advances in Consumer Research” 2002, № 29, pp. 66–70.

⁷ R.H. Shah, B. Mittal, *Toward a theory of intergenerational influence in consumer behaviour: an exploratory essay*, „Advances in Consumer Research”, M. Bruckis, D.J. MacInnis (coord.), 1997, № 24, pp. 55–60.

⁸ S. Ward, *Consumer socialization*, „Journal of Consumer Research” 1974, vol. 1, № 2, pp. 1–14.

be analysed. The fulfilment of the research objectives shall be divided into three stages: 1. Conceptual stage: the analysis of the notions of intergenerational influence and reverse socialization; 2. Operational stage during which the process of reverse socialization shall be examined and 3. The stage in which the research results shall be discussed.

Keywords: youth, parents, intergenerational influence, socialization, reverse socialization.

Pojęcie socjalizacji i socjalizacji odwrotnej

Wyjaśniając pojęcie socjalizacji i socjalizacji odwrotnej w rodzinie przyjmuję rozumienie rodziny jako systemu⁹. Takie rozumienie wywodzi się od Arystotelesowskiego twierdzenia, że *całość jest czymś więcej niż sumą części*. W odniesieniu do rodziny oznacza to, że jest ona traktowana jako nowy byt, system, w którym każda z jednostek wpływa na wszystkich pozostałych członków systemu rodzinnego. Zmiana w jednym elemencie powoduje zmianę w całym systemie. Innymi słowy, mówiąc, że rodzina jest systemem, stwierdzamy, że jest ona pewną złożoną rzeczywistością i zbiorem elementów w dynamicznej interakcji, w której każdy element jest określany przez pozostałe. Takie rozumienie zakłada, że na jakość funkcjonowania całej rodziny, jako wspólnoty osób, mają wpływ wszyscy jej członkowie. System rodzinny charakteryzuje się jeszcze jedną ważną cechą – cyrkularnością, która oznacza, że relacje międzyludzkie nigdy nie są jednostronne, a zachowanie jednej osoby ma wpływ na cały rodzinny układ. Rodzice wraz z dziećmi tworzą zatem swego rodzaju:

„[...] system społeczny, w którym odpowiedzi, interakcje każdego z uczestników tego systemu stanowią pewien czynnik stymulujący dla innych uczestników”¹⁰.

Socjalizacja

Literatura socjologiczna w swoim repertuarze pojęć posiada m.in. termin socjalizacji. W ujęciu Jana Szczepańskiego jest to:

„[...] część całkowitego wpływu środowiska, która wprowadza jednostkę do udziału w życiu społecznym, uczy ją zachowania według przyjętych

⁹ Szerokie omówienie teorii systemowej na przykład w: B. de Barbaro (red.), *Wprowadzenie do systemowego rozumienia rodziny*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1999.

¹⁰ K.M. Ekstrom, *Children's influence in family decision making; A study of yielding, Consumer Learning and Consumer Socialization*, BAS ek. For, Göteborg 1995, s. 72.

wzorów, uczy ją zrozumienia kultury, czyni ją zdolną do utrzymywania się i wykonywania określonych ról społecznych”¹¹.

Piotr Sztompka definiuje socjalizację jako:

„[...] wchodzenie jednostki do społeczeństwa. Z tej perspektywy socjalizacja to procesy, za pośrednictwem których jednostka staje się pełnowartościowym członkiem zbiorowości społecznych. Odbywa się to na kilku poziomach. Na najbardziej ogólnym poziomie polega na zdobyciu tych kompetencji i umiejętności, które niezbędne są dla społecznej egzystencji, a więc życia wśród innych, w kooperacji z innymi. Jest to swoiste minimum kulturowe wymagane od wszystkich ludzi. Należy tu umiejętność porozumiewania się, a także podstawowe moralne wymogi współżycia zabraniające naruszania czyjegoś dobra i żądające poszanowania dla naszego, a także tolerancji wobec czyjejś odmierności. Na niższym poziomie socjalizacja oznacza wejście do konkretnej kultury, a więc przyswojenie dzielanych w jej ramach, swoistych dla niej idei, przekonań, reguł, norm, wartości, symboli. Na przykład opanowanie języka polskiego, polskiego obyczaju, zwyczajów, gustów, wiedzy o narodowych tradycjach itp. Na jeszcze niższym oznacza opanowanie konkretnych ról społecznych związanych z określonymi pozycjami, do których jednostka aspiruje. Przykładem jest socjalizacja do ról rodzinnych: męża, żony, teściowej, do ról zawodowych: adwokata, nauczyciela, maszynisty, do ról politycznych: obywatela, reprezentanta itp. Z innej perspektywy oznacza to zdobycie umiejętności i kompetencji niezbędnych do akceptacji w konkretnych grupach, do których jednostka pragnie należeć”¹².

Z powyższych definicji wynika, że socjalizacja jest procesem jednokierunkowym, przebiegającym od agend socjalizujących (rodzina, szkoła, Kościół, grupy rówieśnicze) do jednostki.

Socjalizacja odwrotna

Istnieje też inna forma socjalizacji,

„[...] która przebiega jakby w przeciwnym kierunku niż normalnie, i dlatego może być określona jako socjalizacja odwrotna. Zazwyczaj wpływ socjalizacyjny wywierają starsi w stosunku do młodszych. Rodzice socjalizują dzieci, nauczyciele uczniów, profesorowie studentów, oficerowie żołnierzy, weterani początkujących adeptów przestępczości. W dzisiejszym społeczeństwie pojawiają się jednak dwie okoliczności, które naruszają ten normalny tryb. Po pierwsze, zmiany społeczne i kulturowe dokonują się niezwykle szybko i młode pokolenie, z natury bardziej chłonne i otwarte

¹¹ J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1970, s. 57.

¹² P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2012, s. 450–451.

na nowości, może być szybciej i w bardziej naturalny sposób wdrożone do nowych zwyczajów i obyczajów, stylów i sposobów życia niż pokolenie starsze. A po drugie, te nowe prądy kulturowe niesione są głównie poza osobistymi oddziaływaniami socjalizacyjnymi przez środki masowego przekazu i docierają do młodego pokolenia z pominięciem, a czasem nawet wbrew rodzicom czy nauczycielom”¹³.

Współcześnie dostęp do Internetu pozwala młodzieży na zdobycie ważnego potencjału informacji poza kręgiem rodzinnym. Jak pisze P. Sztompka,

„[...] młodzi ludzie mogą wtedy starać się przekonać do nowości bardziej tradycyjnie nastawionych starszych. Syn, który uczy ojca posługiwania się komputerem i surfowania w Internecie, córka, która zabiera matkę na dyskotekę, uczniowie, którzy zapraszają nauczycieli na koncert muzyki techno, studenci, którzy wciągają profesora do klubu ekologicznego, to przykłady tej paradoksalnej sytuacji, gdy starsze pokolenie ulega presji socjalizującej ze strony młodszego”¹⁴.

Na ten dwukierunkowy charakter procesu socjalizacji w rodzinie jako pierwszy zwrócił uwagę Richard Q. Bell¹⁵, natomiast samo pojęcie socjalizacji odwrotnej zawdzięczamy Scottowi Wardowi¹⁶, który wprowadził je w kontekście, kiedy to dzieci uczą rodziców zachowań konsumpcyjnych.

Margaret Mead¹⁷ wskazuje na pewne społeczne i kulturowe warunki, które prowadzą do odwrócenia socjalizacji. Wobec ewolucji kontekstu ekonomicznego czy rewolucji technologicznej, starsi są ograniczeni w swoich możliwościach adaptacyjnych z racji wiedzy i doświadczenia, które są związane z przeszłością. Młodzi natomiast są zanurzeni w kulturze skupionej zasadniczo na teraźniejszości i przyszłości i są mniej związani z przeszłością niż starsi. W konsekwencji

¹³ Tamże, s. 460.

¹⁴ Tamże, s. 460–461.

¹⁵ R.Q. Bell, *A reinterpretation of the direction...*, dz. cyt., s. 81–95.

¹⁶ S. Ward, *Consumer Socialization...*, dz. cyt., tu: s. 12: „Two other issues deserve some research attention. First, much behavioral science literature suggests that socialization processes differ according to social class as well as such factors as sex, intelligence, and birth-order (Hess, 1970). The influence of these social structure factors and related factors regarding the economic climate may have important implications for consumer socialization, but virtually no research has been done in this area. Second, while some studies reviewed here examined children’s influences on parental purchasing behavior, the focus was on such influencing behavior as an aspect of children’s goal achievement. Some research attention should be given to «reverse socialization», meaning processes by which children may influence their parents knowledge, skills and attitudes relating to consumption. Such research might also address the impact of various contemporary social trends which are particularly relevant to young people, and the impact of these trends on the consumer behavior of young people, and on second-order effects on parents”.

¹⁷ Por.: M. Mead, *Culture and commitment: A study of the generation gap*, Natural History Press/Doubleday & Company, Inc., New York 1970; M. Mead, *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2000.

młodzi i pokolenie wcześniejsze mają inną perspektywę patrzenia z racji odmiennych ram odniesienia. W tym kontekście młodzi mogą raczej pokazywać drogę (dynamika ku przyszłości, emancypacyjna) niż podążać śladami starszych (dynamika adaptacyjna)¹⁸. Dorośli stoją przed zadaniem czy wręcz wyzwaniem adaptacji do szybko zmieniającego się świata, a młodzi stanowią doskonale źródło wiedzy dotyczącej tych nowości¹⁹. Powstaje jednak pytanie, czy i w jakim stopniu rodzice chcą i potrafią się uczyć od swoich dzieci. Seymour Papert²⁰ zauważa, że zjawisko socjalizacji odwrotnej nie jest automatyczne i zależy od predyspozycji rodziców do uczenia się od dzieci. Dotykamy tutaj kwestii wpływu międzygeneracyjnego, który może być rozpatrywany dwukierunkowo: od rodziców do dzieci i od dzieci do rodziców.

Pojęcie wpływu międzygeneracyjnego jest definiowane często w kontekście zachowań konsumpcyjnych (ale też w innych dziedzinach, np. wartości, poglądu na świat itp.). Jednak dwukierunkowość oddziaływań możemy obserwować najłatwiej właśnie w dziedzinie konsumpcji, ponieważ w tym obszarze najbardziej obecne są technologiczne zmiany, których rzesznikami, nauczycielami może być młodsze pokolenie. Zatem w dziedzinie zachowań konsumpcyjnych:

„[...] wpływ międzygeneracyjny może być definiowany jako wpływ jednej generacji rodziny na inną w celu nabycia kompetencji, postaw, preferencji, wartości i zachowań związanych z rynkiem [...] Wpływ międzygeneracyjny wyjaśnia więc proces uczenia się, jednak bez identyfikowania kierunku tego procesu”²¹.

Według Shah i Mittal²², socjalizacja jest najpierw jednokierunkowa (od rodzica do dziecka) i ma miejsce w dzieciństwie; następnie staje się dwukierunkową. Innymi słowy, socjalizacja odwrotna – termin, jak już przywołaliśmy, skonstruowany przez Warda – stanowi fazę wpływu międzygeneracyjnego, nawet jeśli możliwe jest jej trwanie przez całe życie. Ward przypisuje początek tej fazy

¹⁸ Zob. w tym kontekście artykuł Wojciecha Welskopa, który, jak pisze autor, jest próbą odpowiedzi na pytanie, czy proces socjalizacji odwrotnej, w którym młodsze pokolenie jest nadawcą wartości i reguł niezbędnych do funkcjonowania w społeczeństwie, wpływa na dewaluację autorytetu tradycjonalistycznego. Por.: W. Welskop, *Socjalizacja odwrotna a dewaluacja autorytetu tradycjonalistycznego*, „Perspektywy Edukacyjno-Społeczne” 2014, nr 1, s. 36.

¹⁹ Bill Gates, główny architekt oprogramowania i były prezes zarządu korporacji Microsoft, nazwał to pokolenie „generacją I”. Ci młodzi są więc „digital natives” albo pokoleniem numerycznym czy też „netpokoleniem”. Por.: H.Ch. Benmiled, *Sites de marques et „advergames”: facteurs d’influence sur la „netgeneration”: étude exploratoire auprès des enfants de 8–11 ans*, „Cahiers de Recherche PRISM-Sorbonne” 11–32, Paris 2011, s. 1.

²⁰ Por.: S. Papert, *The connected family: Bridging the digital generation gap*, Longstreet Press, Atlanta 1996.

²¹ J. Brée, *Kids Marketing*, Editions EMS, Paris 2007, s. 15.

²² R.H. Shah, B. Mittal, *Toward a theory of intergenerational influence...*, dz. cyt., s. 55–60.

do okresu adolescencji i definiuje socjalizację odwrotną jako przekaz przez adolescenta rodzicom informacji, które pochodzą od innych agend socjalizujących²³.

Jak podkreślają Benny Rigaux-Bricmont i Pierre Balloffet²⁴, rodzice uznają swoich nastolatków jako aktywnych interlokutorów, czynnie uczestniczących w podejmowaniu decyzji zakupowych. Okres adolescencji wydaje się więc szczególnie ważną fazą w procesie socjalizacji odwrotnej. Trzeba przy tym podkreślić, że ustalenie ram czasowych tego okresu rozwojowego jest trudne i specyficzne dla danej jednostki. Joël Brée precyzuje, że:

„[...] pojęcie adolescencji odpowiada coraz bardziej odniesieniom społecznym; zaczyna się często około 9 roku życia i trwa nawet do 25 roku życia, a nawet dłużej (efekt Tanguy²⁵)”²⁶.

W tym długim okresie można wyróżnić dwie fazy, z których każda uwiadacznia odmienny stosunek do innych i do rodziców: pierwsza faza nastolatków (tweens), która obejmuje lata 9–14, jest naznaczona okresem konfliktowego przejścia (kryzys adolescencji). Drugi okres adolescencji, który rozpoczyna się od 14–15 lat, charakteryzuje się uspokojeniem relacji rodzice – dziecko, pozwalając na zaistnienie korzystnych warunków zaprezentowania własnego punktu widzenia. I to właśnie ta faza wydaje się szczególnie wskazana jako kontekst badania procesu socjalizacji odwrotnej. Młodzież wówczas poszukuje potwierdzenia własnej tożsamości, ale również chce odgrywać aktywną rolę w wymianie poglądów na łonie rodziny²⁷. Analizując zjawisko socjalizacji odwrotnej, warto zwrócić uwagę na dwa czynniki, które pomagają lepiej zrozumieć ten fenomen: uwarunkowania, zwłaszcza rodzinne, tej socjalizacji oraz różnorodne role odgrywane przez nastolatków w tym procesie.

Jeżeli chodzi o uwarunkowania, istnieją pewne czynniki, które sprzyjają procesowi socjalizacji odwrotnej. Niektóre są związane z osobą (matką lub ojcem), wobec których ta socjalizacja jest realizowana, inne wynikają z typu komunikacji rodzinnej, jak też ze struktury rodziny. Te uwarunkowania oraz role odgrywane przez nastolatków w procesie socjalizacji odwrotnej mogą stanowić odrębne obszary badań.

²³ S. Ward, *Consumer Socialization...*, dz. cyt., s. 12.

²⁴ B. Rigaux-Bricmont, P. Balloffet, *L'adolescent et l'équipement électronique de la famille*, “Actes du XXV^e Congrès de l'Association Française du Marketing” 1999, vol. 15, por. źródło: <http://www.afm-marketing.org/document.aspx?id=3687> [dostęp: 25.01.2015].

²⁵ Nawiązanie do tytułowego bohatera francuskiej komedii z 2001 roku, który w wieku 28 lat, będąc magistrem japonistyki, doktorantem sinologii, mimo że mógłby, nie chce się wyprowadzić od rodziców, którzy z kolei o tym marzą.

²⁶ Por.: A. Benbouja, P. Gabriel, *Les mécanismes de socialisation inversé. Les enjeux perçus dans le domaine d'Internet et du commerce électronique*, Actes du congrès AFM 2011, por. źródło: <http://www.afm-marketing.org/document.aspx?id=12142> [dostęp: 25.01.2015].

²⁷ Tamże.

Metodologiczne podstawy badań własnych

W ramach tego artykułu zaprezentowane zostaną wyniki badań pilotażowych, które miały za zadanie pokazać, czy w polskich warunkach zjawisko socjalizacji odwrotnej jest obserwowane, czy rodzice poddają się temu procesowi. Badania miały charakter sondażowy. Posłużono się w nich narzędziem badawczym w postaci kwestionariusza ankiety.

Teren badań i grupa badawcza

Badania zostały przeprowadzone wśród młodzieży Szkoły Mistrzostwa Sportowego w Krakowie. W badaniu wzięło udział 45 uczniów. Do obliczeń statystycznych zakwalifikowano 30 kwestionariuszy ankiety. Charakterystykę badanej grupy przedstawiają poniższe tabele.

Tabela 1. Wiek badanych

Table 1. Age of the research subjects

Wiek	Liczba	%
16	4	13,33
17	21	70,00
18	5	16,66

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

Tabela 2. Płeć badanych

Table 2. Sex of the research subjects

Płeć	Liczba	%
Chłopak	29	96,66
Dziewczyna	1	3,33

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

Badania objęły grupę osób w wieku od 16 do 18 lat, w której 17-latkowie stanowili większość (70%). Byli to praktycznie sami chłopcy (z wyjątkiem jednej dziewczyny). W większości badani posiadali rodzeństwo (80%), najczęściej jedno (40%) lub dwoje (23.33%).

Tabela 3. Liczba rodzeństwa**Table 3. Number of siblings**

Posiadanie rodzeństwa	Liczba	%
0	6	20,00
1	12	40,00
2	7	23,33
3	2	6,66
4	1	3,33
5 i +	2	6,66

Źródło: Badania własne.
Source: Author's research.

Tabela 4. Wiek ojca**Table 4. Age of the father**

Wiek ojca	Liczba	%
40	1	3,33
41–44	9	30,00
45–49	11	36,66
brak ojca	1	3,33
50–55	5	16,66
ponad 55	1	3,33
brak	2	6,66

Źródło: Badania własne.
Source: Author's research.

Tabela 5. Wiek matki**Table 5. Age of the mother**

Wiek matki	Liczba	%
40	4	13,33
41–44	14	46,66
45–49	8	26,66
50–55	3	10,00
ponad 55	1	3,33

Źródło: Badania własne.
Source: Author's research.

Ojcowie badanych byli najczęściej w wieku 45–49 lat (36,66%) i 41–45 lat (30%). Prawie połowa (46,66%) matek liczyła 41–44 lata. Drugą co do wielkości grupą wiekową (26,66%) były matki w wieku 45–49 lat.

Prezentacja wyników badań

W celu uzyskania informacji na temat obycia badanych z Internetem, zadano im pytanie o czas spędzony przed komputerem zarówno w ciągu tygodnia, jak i w weekend. Odpowiedzi prezentują tabele 6 i 7.

Tabela 6. Liczba godzin spędzonych w Internecie w weekend
Table 6. The number of hours spent on the internet at the weekend

Godziny w Internecie w weekend	Liczba	%
8 do 10	2	6,66
do godziny	2	6,66
1 do 2	9	30,00
3 do 4	9	30,00
5 do 7	6	20,00
ponad 10	2	6,66

Źródło: Badania własne.
 Source: Author's research.

Tabela 7. Liczba godzin spędzonych w Internecie od poniedziałku do piątku
Table 7. The number of hours spent on the internet Monday to Friday

Godziny w Internecie pn. – pt.	Liczba	%
8 do 10	2	6,66
3 do 4	9	30,00
1 do 2	7	23,33
ponad 10	7	23,33
5 do 7	2	6,66
do godziny	3	10,00

Źródło: Badania własne.
 Source: Author's research.

Najliczniejszą grupę stanowią badani spędzający od 1 do 2 (30%) i od 2 do 3 godzin (30%) na surfowaniu w weekend oraz od 1 do 2 (23,3%) oraz ponad 10 godzin (23,3%) w ciągu tygodnia. Najczęściej korzystają ze stron komunikacyjnych, rzadziej ze stron informacyjnych, najrzadziej ze stron sprzedażowych. Taka struktura używania Internetu jest zrozumiała i typowa dla badanych w tym wieku. Komunikowanie się szybko, obecność na portalach społecznościowych to dominujące formy obecności młodych w Internecie.

Prawie wszyscy badani (z wyjątkiem jednej osoby) przed dokonaniem jakichś zakupów, sprawdzają najpierw ceny w Internecie – jedni często (43,3%),

inni czasem (43,3%), a niektórzy systematycznie (10%). Częstość dokonywanych zakupów jest niewielka. 40% badanych dokonała zakupów w Internecie więcej niż 10 razy. Prawie 27% respondentów kupowała w Internecie 5–10 razy. Najczęściej kupowanymi produktami są produkty sportowe (sprzęt, ubrania, obuwie). Ma to najprawdopodobniej związek z typem szkoły, do jakiej uczęszczają badani i potrzebami z tym związanymi (szkoła sportowa).

Z literatury przedmiotu wynika, że proces socjalizacji odwrotnej ma związek z relacjami rodzinnymi. Tam, gdzie są dobre relacje rodzinne, tam proces socjalizacji odwrotnej ma miejsce i tym samym zmniejsza się dystans międzygeneracyjny. W ramach tych badań zadano licealistom pytanie o ich relacje z rodzicami. Uzyskane wyniki pozwalają stwierdzić, że te relacje są najczęściej bardzo dobre lub dobre (por. Tab. 8 i 9).

Tabela 8. Jakość relacji z ojcem

Table 8. Quality of the relationship with the father

	Liczba	%
bardzo dobre	18	60,00
dobrze	6	20,00
znośne (średnie)	2	6,66
brak ojca	1	3,33
nie żyje	1	3,33
złe	2	6,66

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

Tabela 9. Jakość relacji z matką

Table 9. Quality of the relationship with the mother

	Liczba	%
bardzo dobre	19	63,33
dobrze	7	23,33
brak	2	6,66
znośne (średnie)	2	6,66

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

Te dobre relacje badanych z rodzicami przekładają się na korzystanie rodziców z opinii dzieci przy podejmowaniu decyzji zakupowych (por. Tab. 10).

Tabela 10. Uwzględnianie opinii o produkcie przez rodzica
Table 10. How the parents take opinions about the product into account

	Liczba	%
często	19	63,33
czasem	6	20,00
nigdy	2	6,66
systematycznie	3	10,00

Źródło: Badania własne.
 Source: Author's research.

Badania pokazały również poziom radzenia sobie z Internetem przez rodziców w przekonaniu badanych. Tabele 11 i 12 prezentują odpowiedzi w odniesieniu do poszczególnych rodziców.

Tabela 11. Umiejętność ojca poruszania się w Internecie
Table 11. Father's internet skills

	Liczba	%
tak, ale zadaje pytania	13	43,33
niezupełnie	6	20,00
w ogóle	2	6,66
całkowicie	6	20,00
brak ojca	1	3,33
brak odp.	1	3,33
nie żyje	1	3,33

Źródło: Badania własne.
 Source: Author's research.

Tabela 12. Umiejętność matki poruszania się w Internecie
Table 12. Mother's internet skills

	Liczba	%
tak, ale zadaje pytania	17	56,66
niezupełnie	7	23,33
w ogóle	4	13,33
całkowicie	1	3,33
brak	1	3,33

Źródło: Badania własne.
 Source: Author's research.

Z przeprowadzonych badań wynika również, że rodzice mają zaufanie do kompetencji internetowych dzieci, ponieważ korzystają z ich pomocy, poszukując informacji w różnych sprawach (por. Tab. 13).

Tabela 13. Prośba rodziców o informacje w dziedzinach
Table 13. Parents asking for information in subjects

	Liczba	%
żadnej	2	6,66
sport, odzież	1	3,33
brak odp.	9	30,00
motoryzacja	1	3,33
przepisy na ciasta, dania	2	6,66
pogoda, wynik meczu	1	3,33
gwiazdy show biznesu, aktorzy	1	3,33
pojęcia, ubrania, sport, książki,	1	3,33
sport, zakupy	3	9,99
informacyjnych	1	3,33
trasa dojazdu, opinia o danej marce, wyniki sportowe	1	3,33
potrzebne materiały do ich pracy, samochody, odzież	1	3,33
rozkład jazdy MPK, droga do jakiegoś miejsca	1	3,33
motoryzacja, sport, lecznictwo, cena produktu	1	3,33
zamówienia	2	6,66
kupno auta, ceny wycieczek, wyszukanie trasy dojazdu	1	3,33
motoryzacja, elektronika	1	3,33
zamieszczenie ogłoszenia	1	3,33

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

Badani w zdecydowanej większości (73,33%) mają świadomość swoich kompetencji internetowych i dzielą się nimi z rodzicami, dostarczając im nowych pomysłów (por. Tab. 14), inspiracji do różnych działań (por. Tab. 15–17).

Tabela 14. Dostarczanie rodzicom nowych pomysłów dzięki Internetowi
Table 14. The internet providing parents with new ideas

	Liczba	%
nie	8	26,66
tak	22	73,33

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

Tabela 15. Dzięki mnie moi rodzice zabrali się za...**Table 15. Thanks to me my parents started...**

	Liczba	%
0	1	5,55
brak	6	33,33
nowe hobby, ogrodnictwo, zainteresowanie samochodami, moda	1	5,55
remont domu	1	5,55
szukanie informacji	1	5,55
sprawdzanie cen w Internecie potem w sklepie	1	5,55
wyszukiwanie korzystnych promocji, sprawdzanie wyników w nauce przez librosa	1	5,55
przeglądanie stron internetowych	1	5,55
płatność rachunków przez Internet	1	5,55
odkrywanie świata przez Internet	1	5,55
zakupy w Internecie	2	11,11
używanie komputera	1	5,55

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

Tabela 16. Dzięki mnie moi rodzice odkryli...**Table 16. Thanks to me my parents discovered....**

	Liczba	%
nowe, lepsze urządzenia	1	5,88
odkryli świetny przepis	1	5,88
nowe strony, nowe możliwości zakupów	1	5,88
swoją wartość	1	5,88
nowe strony informacyjne, możliwość płacenia rachunków online	1	5,88
brak	4	23,52
nowe atrakcje w necie, lepsze sposoby komunikacji	1	5,88
nowe strony internetowe	1	5,88
oglądanie seriali, MPK, płacenie rachunków	1	5,88
nowe strony internetowe, nową technologię	1	5,88
nowy świat	1	5,88
wiedzę z Internetu	1	5,88
wiele ciekawych rzeczy	1	5,88
nowy świat, dużo informacji	1	5,88

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

Tabela 17. Dzięki mnie moi rodzice nauczyli się...**Table 17. Thanks to me my parents learned...**

	Liczba	%
swobodnie operować komputerem	1	5,88
brak	2	11,76
korzystać z Internetu	2	11,76
jeździć autem	1	5,88
obsługiwać portale internetowe	1	5,88
swobodnie surfować po Internecie, wykonywać poprawnie ćwiczenia sportowe	1	5,88
surfować po Internecie, sami robić zakupy w sieci, sprawdzać informacje	1	5,88
obsługiwać pocztę e-mail	1	5,88
surfować po Internecie	3	17,64
posługiwać się Internetem	1	5,88
że nie do końca można ufać Internetowi	1	5,88
posługiwać się komputerem	1	5,88
szybkiego poruszania się w Internecie	1	5,88

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

Wnioski

Przeprowadzone wstępne, pilotażowe badania pokazały, że socjalizacja odwrotna rzeczywiście ma miejsce. Stanowi ona potencjał dla procesu zmniejszania dystansu międzygeneracyjnego, który – w dobie błyskawicznego tempa rozwoju technologicznego, globalizacji upowszechniającej ten rozwój, umożliwiającej przepływ nieograniczony nowych technologii informacyjnych – pogłębia się, stanowiąc zagrożenie dla systemu rodzinnego. Wymaga to otwartości ze strony pokolenia rodziców. Istniejące badania w tym zakresie pokazują, że relacje wewnątrz systemu rodzinnego mają ogromne znaczenie dla powodzenia procesu socjalizacji odwrotnej, a tym samym dla zmniejszania dystansu międzypokoleniowego. Dla potwierdzenia tej tezy i dla ujawnienia, jaki typ relacji sprzyja socjalizacji odwrotnej warto by przeprowadzić badania stylów wychowawczych w rodzinie i ich związku z socjalizacją odwrotną.

Bibliografia

- Bell R.Q., *A reinterpretation of the direction of effects in studies of socialization*, „Psychological Review”, Mar 1968, vol. 75(2).
- Benbouja A., Gabriel P., *Les mécanismes de socialisation inversé. Les enjeux perçus dans le domaine d'Internet et du commerce électronique*, Actes du congrès AFM 2011, [online] <http://www.afm-marketing.org/document.aspx?id=12142> [dostęp: 25.01.2015].
- Brée J., *Kids Marketing*, Editions EMS, Paris 2007.
- Cherif Benmiled H., *Sites de marques et „advergames”: facteurs d'influence sur la „netgeneration”: étude exploratoire auprès des enfants de 8–11 ans*, „Cahiers de Recherche PRISM-Sorbonne” 11–32, Paris 2011.
- De Barbaro B., *Wprowadzenie do systemowego rozumienia rodziny*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1999.
- Ekstrom K.M., *Children's influence in family decision making; A study of yielding, Consumer Learning and Consumer Socialization*, BAS ek. For, Göteborg 1995.
- Grossbart S.i in., *Socialization aspects of parents, children and the Internet*, „Advances in Consumer Research” 2002, nr 29.
- Hill R., *Family developpment in three generations*, Cambridge Mass, Schenkman 1970.
- Mead M., *Culture and commitment: A study of the generation gap*, Natural History Press/Doubleday & Company, Inc., New York 1970.
- Papert S., *The connected family: Bridging the digital generation gap*, Longstreet Press, Atlanta 1996.
- Rigaux-Bricmont B., Balloffet P., *L'adolescent et l'équipement électronique de la famille*, Actes du XXV^o Congrès de l'Association Française du Marketing, vol. 15, 1999, [online] <http://www.afm-marketing.org/document.aspx?id=3687> [dostęp: 25.01.2015].
- Shah R.H., Mittal B., *Toward a theory of intergenerational influence in consumer behaviour: an exploratory essay*, „Advances in Consumer Research”, M. Bruckis, D.J. MacInnis (coord.) 1997, nr 24.
- Szczepeński J., *Elementarne pojęcia socjologii*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1970.
- Sztompka P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2012.
- Ward S., *Consumer socialization*, „Journal of Consumer Research” 1974, vol. 1, nr 2.
- Welskop W., *Socjalizacja odwrotna a dewaluacja autorytetu tradycjonalistycznego*, „Perspektywy Edukacyjno-Społeczne” 2014, nr 1.