



Ewelina Piecuch*
Uniwersytet Wrocławski

W gąszczu dziecięcych potrzeb – znaczenie edukacyjne tekstów kultury popularnej na podstawie czasopisma dla dzieci pod tytułem „Świerszczyk”

KEYWORDS

needs, popular culture, children, childhood, texts of popular culture, modernity, magazine

ABSTRACT

Piecuch Ewelina, *W gąszczu dziecięcych potrzeb – znaczenie edukacyjne tekstów kultury popularnej na podstawie czasopisma dla dzieci pod tytułem „Świerszczyk”* [In the thicket of children's needs – educational significance of popular culture texts based on the *Świerszczyk children's magazine*]. *Kultura – Społeczeństwo – Edukacja* nr 2(16) 2019, Poznań 2019, pp. 117–133, Adam Mickiewicz University Press. ISSN 2300-0422. DOI 10.14746/kse.2019.16.8.

Children raised in today's globalised world face an enormous, globally available and diverse range of verbal and non-verbal messages from the outside every day. In the era of prevailing consumerism, this multitude of information creates new, artificial needs that bring chaos to the children's world. Human needs, as presented by Maslow, starting with physiological needs, through the need of safety, belonging, love, respect, knowledge and recognition are being redefined and disorganised in common understanding. The following considerations outline the result of the analysis of the content and form of several popular culture texts selected from among all the texts available on the Polish market – the *Świerszczyk* magazine, aimed at children.

* ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4879-8790>.

Kilka słów o kulturze popularnej

Naukowcy, którzy zdecydowali się badać kulturę, już na samym wstępie zauważyli, iż ma ona znaczący wpływ na kształtowanie się całej ludzkiej społeczności. Witold Jakubowski twierdzi, że dostarcza wielu zasobów potrzebnych do rozwoju intelektualnego. Bardzo inspirujące stały się takie dziedziny, jak: sztuka, religia, technika, obyczaje i prawa (Jakubowski, 2012). To humanistyczne spojrzenie na kulturę, uwypuklające szlachetne i ponadczasowe jej osiągnięcia, domino wało przez lata w wielu pracach pedagogicznych. Kultura „wysoka” była zawsze tą pierwotną przestrzenią pedagogicznych uzewnętrznień, refleksji. Natomiast kultura popularna kojarzona była zazwyczaj z rozrywkową kulturą masową, którą ignorowano w rozważaniach edukacyjnych. Od lat dziewięćdziesiątych XX wieku tendencja ulegała zmianie. Zaczęto badać kulturę popularną bardzo dokładnie i wszechstronnie. Poczynając od praw, którymi się rządziła, przez historyczne zmienności, aż po etniczną różnorodność kultur, która w realny sposób oddziałuje na tworzącą się teorię kultury. Przyjęcie szeroko pojętej antropologicznej teorii kultury miało zagwarantować zbadanie jej w sposób całościowy, wraz ze wszystkimi jej przejawami.

Obecnie kultura popularna nie jest już postrzegana jako to gorsze, „ciemniejsze” oblicze kultury. Badacze dostrzegli w niej obszar, gdzie zachodzi proces edukacji nieformalnej społeczeństwa poprzemysłowego, w którym to „(...) akcent został położony na sektor usług, w którym jest zatrudniona większość obywateli. Najważniejszymi gałęziami gospodarki stały się, m.in., bankowość, handel, nauka, transport, równocześnie obniżyło się znaczenie przemysłu oraz rolnictwa” (*Społeczeństwo postindustrialne...*). Poprzez przekazywaną kulturę w różnych jej formach i przejawach dzieci, a także osoby dorosłe uczą się ról społecznych, a co za tym idzie, pożądaných wzorców osobowych – zachowań, na bazie których konstruują własne życie.

Teksty kultury popularnej

David Silverman określa pojęcie „tekst” jako komunikat, który zawiera wszelkie informacje stworzone ze słów. Mogą też (ale nie muszą) występować w nim obrazy. Tekst to specyficzna wiadomość, w której zostały zapisane dane bez bezpośredniego udziału badacza (Silverman, 2007). Zaletami tekstów jest: bogactwo (skrupulatna analiza tekstów pisanych), odpowiedniość i efekt (które mają znaczenie

w pojmowaniu świata oraz tworzeniu go na nowo), naturalne pochodzenie (tekst przekazuje historię życia społecznego) oraz jego dostępność (powszechny dostęp tekstów) (Silverman, 2007).

Funkcjonujemy w świecie, w którym przekazy są głównym i podstawowym spoiwem łączącym społeczności ludzkie. Karolina Szczepaniak objaśniła, iż

słowo pisane, mimo nieustającej ekspansji obrazu, rozwoju nowych technologii i w efekcie upraszczania się komunikacji, wciąż pozostaje podstawowym sposobem przekazywania sobie wzajemnie informacji, zwłaszcza w masowym, medialnym wymiarze. Media masowe jako współcześnie podstawowe, w powszechnym odczuciu niepodważalnie wiarygodne oraz niejednokrotnie jedyne, źródło wiedzy o otaczającym świecie, dostarczają swoim odbiorcom podwalin (podstawowych informacji, schematów poznawczych, wzorców, zespołów norm i wartości) do kształtowania wewnętrznie spójnego wyobrażenia na temat zewnętrznej rzeczywistości. (Szczepaniak, 2012: 83)

Kultura masowa zajmuje się przekazywaniem szerokim masom odbiorców takich samych bądź podobnych treści pochodzących od nadawców z ograniczonych źródeł (Kobus, 2014: 72). Badania nad kulturą popularną wyrastały z krytyki kultury masowej z początku XX wieku. „Kultura popularna stanowi wycinek kultury masowej, a kluczowe kryterium jej wytwarzania ma charakter jakościowy, a nie ilościowy – oznacza afektywną więź z danym tekstem, aktywny odbiór, który napędza dalszą produkcję tekstów, opierając się na mechanizmach negacji, reinterpretacji i afirmacji” (Kobus, 2014: 72). Zdaniem Johna Fiskego, aby tekst był rzeczywiście określony jako popularny, powinien spełnić określone kryteria dla różnych odbiorców pochodzących z różnych kontekstów społecznych: „(...) musi zatem już sam przez się być polisemiczny, a każde odczytanie winno być warunkowane, to znaczy określane, przez społeczne warunki, w jakich tekst jest odczytywany” (Fiske, 2010: 145).

Typowym zjawiskiem dla współczesnego społeczeństwa, w którym dochodzi do natłoku różnych informacji, jest chaos aksjologiczny (Żuchelkowska, 2012: 7). Ze względu na te okoliczności oddziaływanie przekazów kultury popularnej jest bardzo silne i intensywne, dlatego kluczowe staje się tu wprowadzenie dziecka w świat wartości, ponieważ pozwoli to wytworzyć u niego „(...) trwałe i otwarty system wartości, który umożliwi mu rozróżnienie dobra od zła i będzie mobilizował do przestrzegania norm oraz zasad moralnych obowiązujących w społeczeństwie” – jak podkreśla to Wiesława Kowalska (2013: 29). Nabywanie istotnych doświadczeń jest bardzo ważne dla kształtowania się ludzkiej osobowości (Klim-Klimaszewska, 2010: 7).

Potrzeby dziecka

Podstawowym i naturalnym środowiskiem wychowawczym dziecka była i jest rodzina (Łobocki, 2004: 310). Wywiera ona największy wpływ na kształtowanie się młodej osoby jako pełnowartościowego człowieka. Jak mówi Iwona Rudek:

Wpływ ten przejawia się zarówno w pozytywnych oddziaływaniach i sytuacjach rodzinnych, jak i w momentach konfliktowych i kryzysowych rodziny, które kształtują młodego człowieka (...). Oddziaływania na dziecko dokonują się w normalnych warunkach życiowych w toku obserwowania i wykonywania zwyczajnych codziennych czynności. (...) Młody człowiek, posiadając zdolność postrzegania, myślenia i świadomego działania jednostkowego i zbiorowego, ujmowany jest jako podmiot życia społecznego, któremu w toku procesu wychowania rodzinnego należy stworzyć możliwie najbardziej sprzyjające warunki do pełnego rozwoju. (Rudek, 2012: 166)

Potrzeby człowieka, o których mówił Abraham Maslow, zaczynając od fizjologicznych, bezpieczeństwa, poprzez potrzebę przynależności, miłości, szacunku, wiedzy i uznania w potocznym rozumieniu ulegają redefinicji i dezorganizacji. Rzeczywistość społeczna w szczególności sposób stwarza wciąż nowe, zmieniające się – specyficzne warunki rozwoju. Na tej podstawie uformowała się koncepcja rozwoju rozumnego dziecka oparta na uczeniu i kierowaniu rozwojem.

„Współczesność to świat różnorodności, to świat przemian i przeobrażeń dokonujących się na różnych płaszczyznach, obszarach, w różnych sferach i aspektach” (Rudek, 2012: 167). Na przykład Witold Jakubowski zauważył, iż „elektroniczne otoczenie w pewnym sensie zaczyna przypominać świat projektowany w klasycznym już dziś dziele Stanisława Lema *Summa Technologiae*. Fantastyka opisywana przez klasykę literatury *science fiction* w niewielkim stopniu odbiega od tego, co proponuje nowoczesna technologia elektroniczna, umożliwiającą wkroczenie w rzeczywistość wirtualną” (Jakubowski, 2001: 55).

Żaden człowiek nie ma wrodzonych wartości. Wyłaniają się one stopniowo z ludzkich potrzeb. „Dziecko poprzez obserwację i naśladownictwo przyswaja sobie wzory zachowania, myślenia i wyobrażania. Zadaje pytania: dlaczego?, po co?, pyta o kryterium wartościowania, o sens działania, istnienia rzeczy” (Kowalska, 2013: 31). Krystyna Ostrowska mówi, że poprzez kontakt z kulturą w dziecku rozwija się świadomość własnego rozwoju i dzięki temu może poznać samego siebie, swoje cele życiowe. Ten proces jest możliwy tylko dzięki innym ludziom, ale niebagatelne jest tu również samo zaangażowanie jednostki (Ostrowska, 2000: 84–86).

Dzieci żyjące we współczesnym, globalnym świecie każdego dnia doświadczają wielu różnych komunikatów werbalnych i niewerbalnych, które są kierowane do

nich z zewnątrz. Rozwój młodego człowieka jest procesem bardzo złożonym i długotrwałym, sprzężonym z zaspokajaniem wszelkich potrzeb psychicznych i fizycznych. Rozwój mowy dziecka, jego języka jest jednym z fundamentalnych znaków świadczących o osiągnięciu przez nie określonego etapu dojrzałości. Najmłodszy poprzez to, że myśli, formułując różne wypowiedzi oraz komunikaty, dzięki którym wyrażają samych siebie, swoje stany i potrzeby. Wychowanie, socjalizacja i edukacja dzieci zapewniają im głównie rozwój kompetencji psychicznych, komunikacyjnych, społecznych, ale również twórczych i językowych (Schaffer, 2005: 294).

Krystyna Ferenz, omawiając problematykę komunikacji niewerbalnej, zwróciła uwagę na więzi w rodzinie. Odniosła się do więzi opartej na specyficznych dla tej podstawowej komórki społecznej, własnych – indywidualnych kodach doświadczenia wywodzących się z tego samego środowiska, bliskich sobie członków (Ferenz, 2011: 15–24). Młodzi ludzie, dorastający w szeroko rozumianej kulturze popularnej, która niejako staje się jednym z czynników oddziałujących, chętnie korzystają z jej dobrodziejstw, jakimi są między innymi adresowane do nich kolorowe czasopisma. Pierwsze doświadczenia, które wpływają pozytywnie bądź negatywnie na kształt życia dziecka, są dość istotne. Ważne jest też to, aby zapewnić najmłodszym w miarę pozytywny kontakt z tekstami kultury popularnej, które w konstruktywny i znaczący sposób wpisują się w relacje zachodzące między światem zewnętrznym i wewnętrznym dziecka, dając tym samym początek kolejnym nowym przeżyciom i doświadczeniom.

Metodologiczne podstawy badań własnych – o analizie treści wybranych tekstów

Teksty kultury popularnej stwarzają unikalną przestrzeń do rozwoju młodego czytelnika. Dostępność na polskim rynku różnych tekstów kultury skierowanych do dzieci powoduje poszerzenie możliwości zdobywania przez nie wiedzy o otaczającym je świecie. Wartość edukacyjna czasopism dziecięcych i ich znaczenie stały się moją motywacją do przeprowadzenia badań. Podałam analizie treści jedno wybrane czasopismo. W badaniach przyjąłm jakościową analizę treści wybranych tekstów kultury popularnej. Elżbieta Kalinowska, wyjaśniając znaczenie analizy treści, na wstępie powiedziała, iż jest to technika badawcza, która zrodziła się wraz z masową produkcją prasy na przełomie XIX i XX wieku w Stanach Zjednoczonych (Kalinowska, 2001: 15). Początkowo była ona zaliczana do analizy ilościowej, jednak z biegiem czasu i rozwojem tego sposobu badania zaczęto analizować treść tekstów również pod względem jakościowym. Analiza treści znalazła szerokie za-

stosowanie „w różnych dziedzinach praktycznych, a więc w tych obszarach, w których żywotne jest zainteresowanie przekazami, symbolami oraz ich funkcjami, znaczeniami i efektami” (Kalinowska, 2001: 16).

Analiza treści jest analizą wytworów ludzkiego działania, a przede wszystkim tekstów pisanych, dokumentów, które są zapisem autentycznych wydarzeń (Kalinowska, 2001: 16). „W analizie treści tekst traktowany jest jako przekaz komunikacyjny, a nie tylko jako zapis faktów, zdarzeń, poglądów czy wyobrażeń i dzięki temu analiza treści, która obok analizy jawnej zawartości przekazu (treściowej, leksykalnej, semantycznej) obejmuje analizę treści ukrytych, pozwala na wniknięcie bardziej w głąb badanych zjawisk” (Kalinowska, 2001: 16; Pilch, 1998: 88–90; Łobocki, 1978: 226–237). Zatem analiza treści jest techniką badawczą, która w sposób systematyczny i jawny dostarcza treści przekazów informacyjnych¹.

Bernard Berelson wyodrębnił trzy możliwości analizowania materiału symbolicznego. Przy pierwszej badaczka interesuje przede wszystkim sama treść tekstu i jej cechy. Druga, oparta na analizie treści, będzie się koncentrować na wnioskach o autorze zawartości lub przyczynie wyznaczającej tę treść. Przy trzecim podejściu badacz interpretuje zawartość, aby wysondować, kto jest jej odbiorcą, jakie ma cechy bądź też jakie skutki niosą wraz z sobą jej oddziaływania (Cartwright, 1965: 149). Ja przyjąłam w swoich badaniach pierwsze podejście.

Decydując się na analizę cech edukacyjnych treści i formę przekazu, zwróciłam również uwagę na:

- opis trendów w zakresie komunikacji (to describe trends in communication content);
- śledzenie rozwoju wiedzy (to trace the development of scholarship);
- odkrywanie różnic zawartości/treści komunikacji między różnymi krajami (to disclose international differences in communication content);
- porównywanie różnych środków i poziomów komunikacji (to compare media or levels of communications);
- konstruowanie i stosowanie standardów komunikacji (to construct and apply communication standards);
- demaskowanie technik propagandy (to expose propaganda techniques);
- pomiar czytelności przekazu (to measure the readability of communication materials);
- odkrywanie cech stylistycznych (to discover stylistic features). (Kalinowska, 2001: 18; za: Krippendorff, 1980: 34; Cartwright, 1965: 150–159)

¹ “Content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication” (Berelson, 1952; Krippendorff, 1980: 9; Pilch, 1998: 90).

Zwolennicy podejścia jakościowej analizy treści uważają, iż ilościowe metody, ze względu na rygorystyczne traktowanie danych, są nieprzydatne w badaniach, w których rzeczy są trudne do precyzyjnego określenia (Sepstrup, 1981: 137–138). „Niektóre analizy tekstów koncentrują się zwłaszcza na procesach wyłaniania się, przekształcania i mutowania idei, praktyk oraz tożsamości, a także na mechanizmach, dzięki którym stają się one stosunkowo trwałymi elementami teraźniejszości” (Ripley, 2010: 206).

Ilościowa analiza treści, jeżeli jest prowadzona rzetelnie, powinna być całkowicie powtarzalna, natomiast jakościowa analiza treści jest wykorzystywana między innymi do analizowania symbolicznych znaczeń oraz społecznej roli przekazu, po to, aby móc opisać społeczną rolę przekazów – co, jak, do kogo i dlaczego mówi się o skutkach, które mogą prowadzić do różnego ich zrozumienia (Kalinowska, 2001: 20). Dzieje się tak, ponieważ rozumienie znaczeń nie musi być podzielane przez różnych badaczy ze względu na inną dla każdego perspektywę analizowania tematu oraz kontekst społeczno-kulturowy, w którym się dokonuje interpretacji.

Czasopismo „Świerszczyk” – kilka słów o historii

Zdecydowałam się na analizę treści magazynu „Świerszczyk”, ponieważ jest on najstarszym czasopismem dla dzieci w Europie. Jego historia miała swój początek 1 maja 1945 roku, kiedy to jeszcze trwała II wojna światowa. W Spółdzielni Wydawniczej „Czytelnik” został wówczas opublikowany pierwszy egzemplarz. Łódź, w której to zdarzenie miało miejsce, była wtedy miastem wyzwolonym (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*). Pomysłodawcą tytułu była znana pisarka Ewa Szelburg-Zarembina. „Grający za kominem świerszcz miał być symbolem tego, co wiele dzieci utraciło w wojennej zawierusze – ciepła rodzinnego domu” (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*). Pierwszą okładkę namalował wybitny ilustrator Jan Marcin Szancer, a ilustracja została zaprojektowana przez znakomitego grafika i satyryka Eryka Lipińskiego. Pierwszym redaktorem naczelnym „Świerszczyka” była znana i podziwiana krytyk literacka Wanda Grodzieńska. Po kilku latach od powstania „Świerszczyk” połączył się z warszawskimi „Iskierkami” i był wydawany pod nazwą „Świerszczyk – Iskierki”, jednak po niedługim okresie magazyn powrócił do swojej pierwotnej nazwy. Na początku działalności magazyn zastępował zniszczone w czasie wojny podręczniki i był wydawany przez Naszą Księgarnię. Od tego czasu do chwili obecnej „Świerszczyk” przeszedł wiele przeobrażeń. „Z dzisiejszej perspektywy wyraźnie widać, że historia zatoczyła koło – kiedyś «Świerszczyk» zastępował podręczniki, dzisiaj ukazuje się w wydawnictwie edukacyjnym

Nowa Era i wciąż pomaga w nauce czytania i rozwija wyobraźnię” (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*).

Po II wojnie światowej „Świerszczyk” pomagał zarówno dorosłym, jak i dzieciom w nauce czytania. Dziś wspomaga dorosłych w wychowaniu i edukowaniu (aby sprawnie przebiegał proces współpracy pomiędzy rodzicami a czasopiśmem, powstał internetowy przewodnik po meandrach wychowania – „Magazyn dla rodziców ŚWIERSZCZYK”).

Czasopismo „Świerszczyk”, tak jak resztę prasy w tamtym okresie, obowiązywała cenzura, w związku z którą dostawało wytyczne, o czym pisać może, a o czym nie powinno. Magazyn jednak mógł się zawsze szczycić redaktorami o wielkiej mądrości i wyczuciu, którzy w umieszczanych materiałach nie nawiązywali do polityki.

„W latach 50. i 60. do redakcji „Świerszczyka” przychodziło nawet 7 tysięcy listów miesięcznie! Dzisiaj listy w kopercie to rzadkość – czytelnicy wolą wysłać e-maile lub odwiedzać «Świerszczyk» na Facebooku” (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*). Na początku lat siedemdziesiątych „Świerszczyk” był bardzo popularnym czasopiśmem. Magazyn ukazywał wówczas w 900 tysiącach egzemplarzy (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*). W marcu 1968 roku młodzież zgromadzona w gmachu Politechniki Warszawskiej grała w zamieszczoną w „Świerszczyku” grę i dlatego na budynku Politechniki Warszawskiej stworzyli transparent ze słowami: „Prasa kłamie. Tylko «Świerszczyk» pisze prawdę”. Kiedy protesty ustały, „Świerszczyk” dostał od studentów pamiątkowy list ze znaczkiem Politechniki (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*).

W latach dziewięćdziesiątych XX wieku „Świerszczyk” z literackiego tygodnika przeobraził się w magazyn dla dzieci. Umieszczano w nim mnóstwo reklam, wywiadów i reportaży. Dzisiaj jest dwutygodnikiem i jego głównym celem stało się dostarczenie młodym odbiorcom treści i ilustracji na najwyższym poziomie (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*). Wydawnictwo Nowa Era, które w 2005 roku objęło publikację czasopisma, odpowiada za aktualny wygląd. „Wspomaganie pracy z tekstem, budowanie struktur poznawczych, rozwijanie zasobu słownictwa i poprawności składniowej, wdrażanie systemu hierarchii wartości to tylko niektóre zalety rubryk znajdujących się w czasopiśmie. «Świerszczyk» to nowoczesne pismo z tradycjami” (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*). „Świerszczyk” zawsze skupiał wokół siebie najwybitniejszych twórców literatury dziecięcej, ilustratorów i grafików.

We wrześniu 2008 roku, po raz pierwszy w historii czasopisma, „Świerszczyk” zamieścił na łamach swój pamiętnik. Ujawnił też w końcu Świerszczykowe imię i nazwisko. Do dziś świerszcz Bajetan Hops pomaga dzieciom rozwiązywać wszystkie małe, duże i wielkie problemy. Najlepiej, jak to możliwe. Z wrażliwością i wyobraźnią. Bo, jak mawia Bajetan, „każdy dobrze wychowany Świerszczyk lata wysoko – jak mama i tata. (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*)

Ogólna analiza podstawowych informacji o czasopiśmie „Świerszczyk”

Czasopismo jest dwutygodnikiem. Liczyło sobie od 24 do 32 stron, które od samego początku istnienia magazynu były wypełnione tekstem i ilustracjami. Każdy numer jest zbudowany z takich samych działów, które powtarzają się lub przechodzą powolną metamorfozę w kierunku innego wyglądu. „Świerszczyk” ma działy, które w obecnej formie brzmią następująco: „Czarownica Irenka”, „Litery Znam, Więc Czytam Sam!”, „Z Pamiętnika Pewnego Świerszczyka – Bajetan Hops”, „Chcę Wiedzieć Więcej”, „Kopnięte Królestwo”, „Wielkie Czytanie”, „Kto Zagadki Ładnie Zgadnie, Tego Nuda Nie Dopadnie!”, „Kolorowe Zabawy”, „Uśmiech Numeru”, „Konkursy”, „Kotek Mamrotek”.

Magazyn „Świerszczyk” to konstruktywna propozycja dla wszystkich tych, którzy chcą wychowywać swoje dzieci

w dobrym kontakcie emocjonalnym, lepiej i skuteczniej. Doświadczeni psychologowie dziecięcy i pedagodzy odpowiadają na szereg bardzo ważnych pytań, m.in. jak nakłonić dziecko do współpracy; jakie zabawy pomagają w nauce; jak poskromić kogoś, kto jest niegrzeczny; jak mądrze chwalić dziecko i, co najważniejsze, jak mówić, aby dzieci nas słuchały, jak słuchać, żeby dzieci do nas mówiły (na podst. książki A. Faber, E. Mazlish, w oparciu o program Szkoły dla Rodziców i Wychowawców). (*Magazyn dla dzieci „Świerszczyk”...*)

Analiza i interpretacja materiału badawczego

Analizie jakościowej treści poddałam 10 egzemplarzy czasopisma o numerze 24 (ostatnie numery zamykające rok wydawniczy), wydanym od 2004 do 2014 roku włącznie. Tematyka tych numerów jest ściśle związana z kontekstem okresu, w którym się ono ukazały, czyli dotyczyła świąt Bożego Narodzenia, Nowego Roku i zimy. Uwagę skupiałam na zbadaniu treści i znaczeniu treści edukacyjnych skierowanych do dzieci.

Pierwsza strona, tytułowa, zawsze nawiązuje do okresu, w którym ukazuje się numer. Na tych zbadanych przeze mnie są więc: bombki, choinki, anioły, śnieg, zwierzęta w czapkach św. Mikołaja, św. Mikołaj, renifery, jemiola, pierniki, prezenty, ozdoby choinkowe. Pod tytułem „Świerszczyka” drobnymi literami są wymienione inne ważne informacje o magazynie, takie jak: data wydania (od dziesięciu lat jest to wciąż 15 grudnia), numer 24, strona internetowa czasopisma – www.swierszczyk.pl, cena (4,90 zł, a od 2011 roku 5,20 zł), wydawnictwo – Nasza Księgarnia, a od 2005 roku Nowa Era i Indeks: 378046, ISSN 0491-8193.

Ze względu na olbrzymią liczbę osób, które się zaangażowały w powstanie tego czasopisma, pozwolę sobie nie wymienić ich nazwisk, a wszystkie dokładne informacje na ich temat można odnaleźć na stronie internetowej magazynu (*Tworzą dla nas...*).

Analizując zawartość czasopisma strona po stronie, dostrzegłam następujący porządek. Prezentacja treści edukacyjnych rozpoczyna się poezją. Na pierwszych stronach znajdują wiersze o takich tytułach jak: *Kocham zimę*, *Wigilijna noc*, *Wigilia*, *Goście*, *Te oczy zielone*, *Opowieść wigilijna o zakochanym Sumie i niemądrej pannie Karpik*, *Kiedy to było*, *Zасыpianka wigilijna*, *23 grudnia*, *Kiedy nucę kołędę* – zarówno tytuły, jak i treści nawiązują bezpośrednio do kontekstu Bożego Narodzenia, zimy oraz nadchodzącego Nowego Roku.

Od 2008 roku wiersze trafiły na drugą stronę czasopisma, ale estetyka i nastrój zostały utrzymane w takiej samej konwencji. Od 2010 roku dział poezji zyskał miano „Strefy Rymów” i został rekomendowany przez stronę www zajmującą się kulturą o nazwie „qlturka.pl – Dziecko i Kultura”.

W 2008 roku na pierwszą stronę magazynu wszedł komiks o Czarownicy Irence, który przedstawiał krótką historię z życia sympatycznej postaci. Historyjka obrazkowa w humorystyczny sposób podkreślała niecodzienne podejście do tematu świąt. Irenkę zawsze spotykają ciekawe przygody: raz wyhoduje za dużą choinkę, innym razem za małą, zamiast bombek do przystrojenia drzewka używa nietoperzy, ubiera w oryginalną skarpetę kurzą nóżkę swojej chatki, aby ochronić ją przed mrozem, dzieli się jedzeniem ze zwierzętami w Wigilię, bo w tym dniu nikt nie powinien być sam, a w bezgwiazdną noc sama napiekła ciastek w kształcie gwiazdek, by potem rozrzucić je po niebie. Fantastyczne i zabawne podejście do tematu świąt wywołuje uśmiech na twarzy i zachęca do dalszego zagłębienia się treści.

Druga strona, o tytule „Obieżyświerszcz”, od 2004 do 2007 roku zawierała ciekawostki o zwyczajach świątecznych w innych krajach, takich jak Wenezuela, Niemcy, Stany Zjednoczone, Dania, Wietnam. Do działu redakcja w niektórych numerach dołączyła kupon, dzięki któremu kilkudziesięciu pierwszych czytelników, którzy go odeślą, otrzyma atrakcyjne nagrody (na przykład plastikowe linki Filofun do wyrabiania breloków). Obieżyświerszcz wyjaśnia także znaczenie pojęć i zwyczajów świątecznych i noworocznych: powiedzenie „co ma piernik do wiatraka”, co oznaczają światełka na choince, czym jest miesiąc śpiocha, znaczenie łakoci na drzewku, jemioly u sufitu, powstanie bombek, jak również informuje o pobiciu rekordu Guinnessa przez 2800 Mikołajów w całego świata, którzy zgromadzili się w tym samym czasie w Parku Europejskim w Rust w Niemczech.

Na kolejnych stronach znajdują się opowiadania:

- *Lampa* – o istocie światła w święta, o wartości, która jednoczy ludzi i wprowadza w dobry nastrój, wyzwala uczucia życzliwości i spokoju;
- *Prezent* – o fantazji dzieci, ich wierze w krasnoludki i inne postaci fantastyczne;
- *Choinka* – o niezwyklej choince, która uratowała dom przed zniszczeniem;
- *Noc cudów* – o niezwykłych przygodach rodzeństwa w czasie tej jedynej w roku nocy;
- *Bombki* – o ozdobach choinkowych;
- *Wigilijny* – o stole, przy którym się jada w święta;
- *Wigilia w Afryce* – o obyczajach świątecznych w Afryce;
- *Puste miejsca* – o treści zwyczaju zostawiania pustego miejsca przy stole;
- *Wesołe* – o wesołych aniołkach, które towarzyszą świętom i tworzą świąteczną atmosferę;
- *Gwiazdka i opłatek* – o tradycji łamania się opłatkiem i czekania na pierwszą gwiazdkę;
- *Wigilia obok jodły* – o świętach przy choince;
- *Stajenka* – o Bożym Narodzeniu;
- *Prezent* – o radości obdarzania się prezentami.

Tytułowe symbole mówiące o świętach to kolejne czytanki zawierające ciekawe obrazki i kolorowanki, które mają uatrakcyjnić dzieciom składanie liter. Treść opowiadań wprowadza dzieci w miły, świąteczny nastrój, a opisywane sytuacje pokazują im, jak inne osoby spędzają święta i w jaki sposób do nich podchodzą – takie treści edukują dzieci, zwiększają ich wiedzę z poruszanego zakresu tematycznego. Od 2008 roku dział ten ma tytuł „Litery Znam, Więc Czytam Sam”.

Dział czasopisma, który nosi nazwę „Chcę Wiedzieć Więcej”, zawiera zawsze ciekawe informacje o symbolach adekwatnych do okoliczności, w których pojawia się dany numer. Numery 24 zawierały informacje o:

- szopce (kiedy powstała?, kto ją wymyślił?, co to są jasełka?);
- opłatku (skąd pochodzi?, jak się go robi?, do czego jest potrzebny? jakie się przyrządza za granicami naszego państwa?);
- choince (skąd ta tradycja i z co z sobą niesie?);
- Wigilii (czym jest? po co kolacja?);
- bombkach (przodkowie bombek, skąd się wzięły?);
- wigilijnych wróżbach (o pogodzie, urodzaju, bogactwie, zdrowiu);
- świątecznej życzliwości;
- innych świątecznych tradycjach.

Dział ten jest skarbnicą wiedzy. Dostarcza wiele cennych wiadomości na tematy bieżące oraz tłumaczy je dzieciom w interesujący i przystępny sposób. Są tu również dodatkowe informacje o tym, w jaki sposób można prenumerować „Świerszczyka”.

Nazwa działu „Kopnięte Królestwo” pochodzi z historii olbrzyma o imieniu Bolutek, który, kiedyś

wracał do domu w środku nocy. W drodze potknął się o niewielkie królestwo i... kopnął je niechcący! Nikomu nic się nie stało, ale od tej pory mieszkańcy Kopniętego Królestwa ciągle coś liczą, uczą się dziwnych rzeczy i zadają mnóstwo pytań. Nie wiadomo po co... (Usenko, 2006: 8)

Dział jest poświęcony „Bajeczkom Literowym”, takim jak na przykład krótka historia o upiornym upiorze, którego umyła dziewczynka Ula i to spowodowało, iż stał się uroczym upiorem. To ciekawa propozycja do ćwiczenia czytania i pisowni wyrazów rozpoczynających się od litery „u”. Kolejna to kartka z pamiętnika Czyściocha, utrwalająca pisownię wyrazów z „h”, „ch”, „rz”, „ó”, „dz”, „ą”, „d”. Od 2005 roku do „Bajeczki Literowej” zaczęto dodawać „Bajeczki Matematyczne”, a wraz z nimi: „Pokolejkę”, „Nakrapiankę”, „Poplątankę”, „Domalunkę” – czyli różne zadania łączące ćwiczenie zdolności literackich z matematycznymi, polegające na ułożeniu czegoś w logicznym, chronologicznym ciągu, pomalowaniu według klucza, ćwiczeniu spostrzegawczości.

W 24. numerze z 2004 roku znalazła się reklama gry „Rummikub”, skierowanej do całej rodziny, która wymaga od graczy spostrzegawczości i użycia wyobraźni. W numerze 24 z 2006 roku cała strona, podobnie jak we wcześniejszym przypadku, została poświęcona reklamie płyty z piosenkami „Kołysanek MiniMini” pod patronatem Radia Zet. W numerze 24 z 2007 roku pojawiła się również strona poświęcona nauce języka angielskiego.

Magazyn oferuje młodemu czytelnikowi wiele ciekawych rozwiązań, takich jak „Choinki z Krzyżówką – Nie Czekaj, Rusz Główką” – to kolorowa, pełna obrazków propozycja do ćwiczenia pisowni, kojarzenia oraz wykorzystywania wiadomości z wiedzy ogólnej do odgadnięcia hasła, za wysłanie którego redakcja oferowała jedną z pięćdziesięciu zabawek firmy BRIO Polska.

W czasopiśmie „Świerszczyk” można też odnaleźć rubrykę „Podróże Po Świecie”, poświęcony tematyce: Betlejem, bazylice Narodzenia Pańskiego, Grocie Narodzenia, kaplicy Żłóbka i Groty Mlecznej, Polu Pasterzy, Betlejmskiej Pasterce i Świątełku Pokoju.

W 2004, 2005 i 2006 roku w magazynie znalazło się również miejsce dla reklamy produktów firmy Dr. Oetker i zamieszczenie kulinarnej propozycji stworzenia szampańskiego deseru na Nowy Rok z galaretką, z budyniem, czyli prosty przepis

na przygotowanie przez dziecko czegoś na słodko. W numerze 24 z 2005 roku została dołączona dodatkowa atrakcja dla młodych czytelników – aniołek z tekstowych elementów do samodzielnego złożenia.

Ciekawe jest również opowiadanie *O tym, co wół z osłem robili w Betlejem*. Czytanka to propozycja z cyklu „Czytam Głośno... Młodszej Siostrze Lub Bratu”. Treść pokazuje młodym odbiorcom, iż zwierzęta, podobnie jak ludzie, miewają interesujące przygody w okresie świątecznym. W opowiadaniu *Sekret im. Hermenegildy Pokręconej* może dziecko dowiedzieć się, w jaki sposób zdobywać lepsze oceny i czemu ma to służyć. Specjalnie dla czytelników „Świerszczyka” również w grudniowym numerze pojawił się wywiad ze Świętym Mikołajem oraz „Świąteczne Łamanie Głowy, Czyli Wielki Konkurs Choinkowy” z nagrodami.

Na wyróżnienie również zasługuje opowiadanie *Małe i duże, czyli Cecylka Cebulska, czyli Cecyleczka Szczypaweczka*, nawiązujące do tematu przemocy. Mówi o tym, że każdy – duży i mały człowiek oraz zwierzęta – ma prawo do życia bez przemocy.

W 2010 roku pojawił się w „Świerszczyku” dział „Ukryte Obrazki”. Młody czytelnik ma w nim odnaleźć ukryte przedmioty. Ćwiczenie to rozwija spostrzegawczość, a późniejsze pokolorowanie czarno-białego obrazka rozwija sprawności manualne. Kolejny dział o nazwie „Zagwozdki” zawiera diagramy, rebusy ćwiczące spostrzegawczość, liczenie, kojarzenie, logiczne myślenia, zależności przyczynowo-skutkowe. W 2011 roku przez krótki czas pojawiały się „Zabawy z Endo” (endo.pl), gdzie były zawarte zagadki dla dzieci. W 2012 roku w „Świerszczyku” pojawił się dział „Zagadkomat”, który, jak nazwa sugeruje, jest poświęcony zagadkom. Jest również załączona gra *Dookoła choineczki od stojaka do gwiazdeczki* – gra planszowa, do której potrzeba kostki i pionków.

W magazynie zamieszczono również „Kalendarz Przyrody”, w którym znajduje się opis roślin charakterystycznych dla danego kontekstu czasowego. W tym przypadku można było natrafić na omówienie jemioli i jemioluszki i opis miejsc, w których stołują się zwierzęta zimą.

W działach o nazwach: „Ćwiczenia z Myślenia”, „Ukryte Obrazki”, „Kto Zagadki Ładnie Zgadnie, Tego Nuda Nie Dopadnie!” znajduje się szereg zagadek i łami-główek ćwiczących różnorodne sprawności i umiejętności dzieci. W dziale „Kolorowe Zabawy” dziecko zawsze może znaleźć propozycję zrobienia jakiejś ciekawej pracy technicznej. Zawiera on opis wykonania takich jakich rzeczy jak: kolorowe łańcuchy choinkowe, papierowe bombki, św. Mikołaja z szyszek, makaron na choince, bombbalon, złotowłosa (anioł), gwiazdki.

W nowym (od 24. numeru z 2008 roku) dziale „Z Pamiętnika Pewnego Świerszczyka – Bajetan Hops” pojawiają się historie opisujące życie tytułowego świer-

szcza Bajetana. Jego przygody są bardzo podobne do tych, jakie miewają dzieci w wieku wczesnoszkolnym. Bajetan jest rówieśnikiem dzieci, boryka się z sytuacjami, w których uczy się nowych rzeczy. Świerszcz w opowiadaniu miewa ciekawe przygody w szkole, również dostaje prezenty pod choinkę – taki sposób odnalazł swoje imię i nazwisko ukryte w zielonym pudełeczku.

W dziale „Wielkie Czytanie”, który ukazywał się w magazynie od 2008 do 2011 roku, pojawiały się opowiadania rekomendowane przez TVP Kultura, a od 2012 rekomendacje od TVP2 otrzymało całe czasopismo, a nie tylko jeden fragment. Po „Wielkim Czytaniu” na kolejnej stronie znajduje się dział „Prawda czy Fałsz”, pod którym są zawarte pytania do tego tekstu. Służy to czytaniu ze zrozumieniem, wymaga uwagi i ćwiczy koncentrację.

Na przedostatniej stronie zawsze mieści się tak zwany „Uśmiech Numeru” zawierający dowcipy, żarty świąteczno-zimowe, a na ostatniej stronie umieszczono komiks o Bartku i Chlorofilu (chłopcu i jego koledze smoku). Komiks znalazł się tu dzięki Ubezpieczeniu PZU Życie SA, a historie głównych bohaterów uczą między innymi, aby:

- nie robić lodowisk tam, gdzie dzieciom przyjdzie na to ochota, ponieważ może być to niebezpieczne;
- wyrzesać z siebie chęć odkrycia magicznego nastroju świątecznego i wiarę w istnienie świętego Mikołaja;
- do wszystkiego dochodzić stopniowo, umiejętność właściwego wykonywania jakiejś czynności przychodzi dopiero z upływem czasu;
- nosić elementy odblaskowe, gdy jest już ciemno na dworze, aby zadbać o swoje i innych bezpieczeństwo;
- do niefortunnej sytuacji zawsze podchodzić z humorem i znajdować konstruktywne rozwiązania, gdy wydaje się, że jest bardzo źle;
- uczyć się i stosować metafory, porównania w mowie potocznej i życiu codziennym.

Od 2010 roku w miejsce komiksu o Bartku i Chlorofilu wszedł komiks „Zajac Kicaj”, który w podobnym humorystycznym tonie uczył dzieci doceniać wartość przyjaźni, podziwu, świątecznego nastroju, składania życzeń świątecznych, czy pomocy. Pojawiają się również krótkie dokładne wzmianki o tym, w jaki sposób prenumerować czasopismo „Świerszczyk”.

Zakończenie

W dobie konsumpcjonizmu mnogość informacji stwarza nowe sztuczne potrzeby, które tworzą chaos w dziecięcym świecie. Społeczeństwo wykreowało nowe,

sztuczne potrzeby, które są wyzwalane w dzieciach poprzez różne nietypowe wytwory kultury popularnej, w tym przez kolorowe czasopisma. Kuszą one nie tylko kolorową szatą graficzną, postaciami ulubionych bohaterów z bajek, ale i atrakcyjnymi gadżetami, które dziecko otrzyma, gdy tylko stanie się posiadaczem wybranego numeru (egzemplarza) spośród całego cyklu wydawniczego. Młody człowiek jest zachęcany do uczestnictwa w odbiorze wybranych treści umieszczanych przez wydawcę. „Osoba o tyle, o ile jest autentyczną osobą, jest swoim własnym głównym determinantem. Każda osoba jest po części «swoim własnym projektem» i sama siebie tworzy” (Maslow, 1986: 188). Moje rozważania prezentują wynik analizy wybranych treści i formy, jakie zostały przedstawione w celowo wybranym przeze mnie czasopiśmie, jakim jest „Świerszczyk”. „Godne uwagi są jego refleksje metodologiczne związane ze specyficzną sytuacją, w której podmiot i przedmiot badań pozostają w nierozłącznym związku, tj. sytuacja badania kultury popularnej przez jej uczestnika, a nawet entuzjastę, podważająca tym samym wymóg obiektywności badawczej, warunkowanej przez pewien dystans” (Kobus, 2014: 76).

Spośród wszystkich dostępnych na rynku polskim tekstów kultury popularnej (czasopism) skierowanych do dzieci² chciałam poświęcić uwagę edukacyjnemu znaczeniu tekstów zamieszczonych w „Świerszczyku”, ponieważ bogactwo oferty kierowanej do czytelnika zasługuje na polecenie go młodemu odbiorcy. Rozwój intelektualny, manualny, emocjonalny dziecka poddawany ćwiczeniom i bodźcom tego typu, jak te ujęte w czasopiśmie, stwarza wyjątkową sytuację edukacyjną. Rozwój społeczny dziecka również jest bardzo istotny. Pozostaje pod silnym wpływem środowiska, w którym on przebiega. Danuta Opozda zwraca uwagę, że chodzi tu również o umieszczenie „(...) jednostkowej relacji wychowawczej w systemie wzajemnych powiązań i oddziaływań pojedynczych osób i relacji między nimi na inne osoby i pozostałe relacje wewnątrzrodzinne” (Opozda, 2012: 6; 120). Oddziaływanie na dziecko treściami zawartymi w przekazie staje się nośnikiem wzorców pożądanых postaw wybranych, głównych bohaterów. Liczba rebusów, zagadek i ćwiczeń pobudzających wyobraźnię oraz twórcze i logiczne myślenie wymaga zaangażowania w czasopismo, w analizę jego treści.

W czasopismach są też ukazane sytuacje, w których główni bohaterowie pomagają sobie wzajemnie. Podejmując problematykę analizy tekstów kultury popularnej, nie można pominąć faktu, że fundamentalne wzory zachowań są przekazywane właśnie w dzieciństwie, bo dzieciństwo jest tym okresem, w którym

² Na rynku polskim istnieje ponad pięćdziesiąt różnych czasopism skierowanych do dzieci (nawet już od trzeciego roku życia).

kształtują się fundamentalne postawy społeczne. Postawy te dziecko zdobywa w wyniku uczestnictwa w kulturze i odbiorze tekstów kultury popularnej.

„Dziecko przejmuje od środowiska społecznego (także od członków rodziny) pożądane, jak i niepożądane społecznie formy zachowań wobec innych osób lub grup” (Rudek, 2012: 172). Z tej okazji rodzice, chcąc zaspokoić potrzeby swojego dziecka bądź wyjść mu naprzeciw, oferują czasopisma czy magazyny dostosowane do jego wieku i potrzeb.

Oddziaływanie społeczne ułatwia socjalizację.

Wychowanie dzieci jest sztuką trudną, a zarazem pasjonującą i dającą satysfakcję tym rodzicom, którzy potrafią kochać swoje pociechy mądrą miłością (...). Jest ono definiowane jako całokształt zabiegów mających na celu ukształtowanie człowieka pod względem fizycznym, moralnym i umysłowym, a także jako zamierzone i świadome podejmowanie działań służących wszechstronnemu rozwojowi osobowości i przygotowaniu do życia w społeczeństwie. (Szydłowska, *Wychowanie...*)

Chęć posiadania przez dziecko różnych gadżetów (opakowań, ubrań, przyborów szkolnych, zabawek), które przedstawiają, bądź na nich są, sylwetki ulubionych postaci najmłodszych sprawia, iż dzieci bardzo wcześnie sięgają już po czasopisma i magazyny, zbliżając się tym samym do świata kultury popularnej. Mimo iż czynności te nie są mu niezbędne do życia, to i tak czuje większą radość z możliwości ich posiadania. „Jedną z rzeczy interesujących (...) podczas analizy tekstu jest jego siła retoryczna. Inaczej mówiąc – to, w jaki sposób kwestie będące przedmiotem są strukturalizowane i organizowane oraz przede wszystkim, w jaki sposób ten tekst stara się przekonać nas o prawomocności zawartej w niej interpretacji” (Ripley, 2010: 197).

Podsumowując, uważam, iż czasopismo „Świerszczyk” zasługuje na szczególną uwagę dzieci i dorosłych. Różnorodne, atrakcyjne i bogate treści stanowią dla czytelnika ciekawą podróż po świecie liter i liczb. Fantazyjne i niecodzienne nazwy otaczają dziecko aurą wyjątkowości i odrealnienia, co stanowi lekką, łatwą do przyswojenia dawkę wiedzy, przy której czytelnik się nie męczy, a co więcej, może odnosić z tego tytułu radość i satysfakcję z konstruktywnie spędzonego czasu.

Bibliografia

- Berelson B. (1952), *Content Analysis in Communication Research*, New York.
- Cartwright D.P. (1965), Analiza treści, [w:] S. Nowak, *Metody badań socjologicznych*, Warszawa.
- Ferenz K. (2011), Komunikacja niewerbalna jako wyraz więzi w rodzinie, [w:] E. Jurczyk-Romanowska, L. Albański (red.), *Rodzina a wychowanie. Współczesna rodzina w sytuacji zmiany*, „Wychowanie w Rodzinie” t. 3, Jelenia Góra.

- Fiske J. (2010), *Zrozumieć kulturę popularną*, tłum. K. Sawicka, Kraków.
- Jakubowski W. (2001), Telewizja i edukacja, czyli czego możemy nauczyć się z serialu, *Dyskursy Młodych Andragogów*, Rocznik 2.
- Jakubowski W. (2012), *Kultura jako przestrzeń edukacyjna, Współczesne obszary uczenia się osób dorosłych*, Kraków.
- Kalinowska E. (2001), Analiza treści jako technika badawcza, *Dyskursy Młodych Andragogów*, Rocznik 2.
- Klim-Klimaszewska A. (2010), *Witamy w przedszkolu*, Warszawa.
- Kobus A. (2014), Tradycja badań popkulturowych w perspektywie anglocentrycznej, *Kultura Popularna* nr 1 (39).
- Kowalska W. (2013), Edukacja aksjologiczna dziecka w przedszkolu, [w:] K. Sadowska, K. Sokalski (red.), *Wszechstronny nauczyciel gwarancją rozwoju przyszłych pokoleń*, Żary.
- Krippendorff K. (1980), *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*, London.
- Łobocki M. (1978), *Metody badań pedagogicznych*, Warszawa.
- Łobocki M. (2004), *Teoria wychowania w zarysie*, Kraków.
- Magazyn dla dzieci „Świerszczyk” – najstarsze czasopismo dla dzieci w Europie!* <https://swierszczyk.pl/historia>, dostęp: 25.09.2015.
- Maslow A.H. (1986), *W stronę psychologii istnienia*, tłum. I. Wyrzykowska, Warszawa.
- Opozda D. (2012), Relacyjny wymiar wychowania w perspektywie związku między jakością relacji małżeńskiej a spostrzeganiem rzeczywistości wychowania w rodzinie, [w:] K. Ferenc, E. Kowalska (red.), *Rodzina a wychowanie. Odmienne sytuacje i nowe zadania*, „Wychowanie w Rodzinie” t. 6, Jelenia Góra.
- Ostrowska K. (2000), *Nie wszystko o wychowaniu*, Warszawa.
- Pilch T. (1998), *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa.
- Ripley T. (2010), *Analiza dyskursu i dokumentów. Niezbędnik badacza*, Warszawa,
- Rudek I. (2012), Rodzina w procesie konstruowania obrazu osób niepełnosprawnych. Rola płci w niepełnosprawności, [w:] K. Ferenc, E. Kowalska (red.), *Rodzina a wychowanie. Odmienne sytuacje i nowe zadania*, „Wychowanie w Rodzinie” t. 6, Jelenia Góra.
- Schaffer H.R. (2005), *Psychologia dziecka*, przeł. A. Wojciechowski, Warszawa.
- Sepstrup P. (1981), Methodological developments in content analysis?, [w:] K. Rosengren (ed.), *Advances in Content Analysis*, London.
- Silverman D. (2007), *Analiza jakościowa tekstów – struktury narracyjne*, Warszawa.
- Spółczesność postindustrialna – definicja, cechy, przykłady* – WOS, <https://eszkola.pl/wos/spoleczenstwo-postindustrialne-3557.html>, dostęp: 25.09.2015.
- Szczepaniak K. (2012), Zastosowanie analizy treści w badaniach artykułów prasowych, *Acta Universitatis Lodzianis, Folia Sociologica* nr 42.
- Szydłowska E., WYCHOWANIE, *Poradnia Psychologiczno-Pedagogiczna w Puszczykowie*, http://www.poradnie.powiat.poznan.pl/puszczykowo/index.php?option=com_content&view=article&id=33:wychowanie&catid=4:artykuy-ppp&Itemid=15, dostęp: 20.09.2015.
- Tworzą dla nas*, <https://swierszczyk.pl/tworza-dla-swierszczyka>, dostęp: 25.09.2015.
- Usenko N. (2006), Kopnięte Królestwo, „Świerszczyk” 24 (2621).
- Żuchelkowska K. (2012), *Świat wartości dzieci kończących edukację przedszkolną*, Bydgoszcz.

Netografia

- <https://swierszczyk.pl/>
<https://qlturka.pl/>