

AGNIESZKA GILEWSKA\*

## OBRAZ STANÓW ZJEDNOCZONYCH I ICH MIESZKAŃCÓW KONSTRUOWANY PRZEZ POLSKIE DZIECI (NA PODSTAWIE BADAŃ ANKIETOWYCH W SZKOLE PODSTAWOWEJ W ELKU)

### Wstęp

Zjawisko amerykanizacji pojawiło się z początkiem ubiegłego wieku. Percepcja Stanów Zjednoczonych poza granicami kraju była i wciąż jest ważna dla Amerykanów<sup>1</sup>. W niniejszej pracy została podjęta próba odkrywania wpływów amerykanizacji poprzez badanie obrazu Stanów Zjednoczonych i ich mieszkańców widzianego oczami polskich dzieci. Używanym terminem będzie *amerykanizacja*, chociaż niektórzy politycy, czy socjologowie określają zachodzące współcześnie zjawiska jako nie tyle *amerykanizacja*, co *makdonaldyzacja*, czy w końcu *Disneynalizacja* świata. Terminy te można postrzegać jednak jako ściśle związane z obszarem znaczeniowym amerykanizacji.

Celem artykułu jest zobrazowanie wiedzy ankietowanych dzieci o Stanach Zjednoczonych. Praca ukaże także źródła informacji o Ameryce Północnej. Następnie omówi zjawisko fascynacji siecią restauracyjną McDonald's przy pomocy przeprowadzonych ankiet. Na wstępie omówione zostaną wybrane zagadnienia związane ze zjawiskiem amerykanizacji.

### Amerykanizacja – wybrane aspekty

Bezrefleksyjne przyjmowanie wzorców, wytworów (w tym kultury) amerykańskich – tak potocznie określa się zjawisko amerykanizacji. Czy mamy do czynienia z amerykanizacją czy globalizacją? Pojęcia te należy odróżniać. Glo-

---

\* mgr Agnieszka Gilewska – lektor języka angielskiego, studentka Interdyscyplinarnych Studiów Doktoranckich na warszawskim SWPS Uniwersytecie Humanistycznospołecznym; American studies (ścieżka „Amerykanistyka”) w ramach kierunku kulturoznawstwa; e-mail: agilewska@st.swps.edu.pl

<sup>1</sup> Por. M. Bayles, *Through a screen darkly. Popular culture, public diplomacy, and America's image abroad*, New Haven and London 2014, s. 233.

balizacja, chociaż często ma amerykańską twarz, nie jest jednak jednoznaczna z amerykańizacją. Globalizację należy rozumieć szerzej – to również wpływy japońskie, czy włoskie<sup>2</sup>.

Do niedawna wpływy amerykańskich wzorców kulturowych na Europę, w tym oczywiście Polskę, były dość mocno widoczne. Lata '80-te i '90-te obfitowały w naszej ojczyźnie w wiele filmów ukazujących bogaty styl życia, fascynujący zwłaszcza dla osób żyjących w kraju z przeszłością komunistyczną. Należały do nich seriale telewizyjne: „Beverly Hills 90210” czy „Dynastia”. Zderzenie amerykańskiej wygody i bogatego, wystawnego życia kontrastowało z szarą, postkomunistyczną polską rzeczywistością. Jednak z biegiem lat różnica ta staje się coraz mniejsza, a Stany Zjednoczone przestają powoli jawić się jako kraj „mlekiem i miodem płynący”, „Promised land” wielkich możliwości.

Lata dziewięćdziesiąte były w naszym kraju czasem przemian, kiedy wpływy kultury amerykańskiej były bardzo silne. Jednak po roku 2004, czyli po przyłączeniu Polski do Unii Europejskiej, rozpoczęło się bardziej krytyczne spojrzenie na Stany Zjednoczone, a co za tym idzie – krytyczne podejście do amerykańizacji. Sprzyjał temu rozwój Internetu, a dostęp do różnych portali społecznościowych i źródeł internetowych spowodował czerpanie także z innych wzorców kulturowych<sup>3</sup>. Polacy zaczęli też w większym zakresie podróżować i emigrować czasowo, a tym samym poznawać świat bezpośrednio, a kraje Europy zachodniej lub Skandynawii stworzyły możliwości rajów zarobkowych. Według Anny Dzikowskiej: „(...) w ostatnich dziesięcioleciach krytyka amerykańskiej rzeczywistości i kultury wyrażana jest w coraz bardziej otwarty sposób. Sytuacja ekonomiczna USA nie zapewnia nowo przybyłym takich możliwości awansu, jakie mieli w przeszłości. Imigrantom wykonującym niskopłatne, nie wymagające kwalifikacji prace, grozi stagnacja. Najnowsze pokolenie imigrantów z Ameryki Łacińskiej najczęściej wyraża sprzeciw wobec kultu pieniądza, nieposzanowania rodziny i amoralności. Amerykanizacja jest jednak nieunikniona. Prędzej czy później, każdy kto postawi nogę w Nowym Świecie, musi zostać wchłonięty przez „wielogłowego Lewiatana”, a przynajmniej w części się zasymilować. (...) Termin „exceptionalism”, którym określa się w historiografii amerykańskiej zapatrywania na temat nadzwyczajności, wyjątkowości, a co za tym idzie wyższości tego kraju, jest tu głęboko zakorzeniony. Ponad 150 lat temu Alexis de Tocqueville tak to ujął w Demokracji Amerykańskiej: – W ostatnim pięćdziesięcioleciu nie szczędzono

<sup>2</sup> Por. Projektor Jagielloński 2, *Czy warto naukowo zajmować się amerykańizacją?*, 2014, <http://www.projektor.uj.edu.pl/my-i-oni/czy-warto> (dostęp: 2.07.2016). Powtarzając za Jolantą Szymkowską-Bartyzel z Uniwersytetu Jagiellońskiego, nie jesteśmy amerykańizowani, sami się amerykańizujemy, <http://www.projektor.uj.edu.pl/my-i-oni/czy-warto> (dostęp: 2.07.2016).

<sup>3</sup> Por. tamże.

trudu, by mieszkańców Stanów Zjednoczonych przekonać o tym, że są najbardziej religijnym, najbardziej oświeconym i najbardziej wolnym ludem”<sup>4</sup>.

Ostatnio zmieniły się także tendencje i kierunki nauczania o Stanach Zjednoczonych zarówno na uniwersytetach światowych jak i w samych Stanach. Jak twierdzi Thomas Bender z nowojorskiego uniwersytetu, do lat 90-tych uczono w amerykańskich szkołach i uniwersytetach historii Stanów Zjednoczonych w odseparowaniu od historii reszty świata. Na zmianę wpłynął zarówno multikulturalizm jak i globalizacja. Coraz większa różnorodność klas pod względami etnicznymi i rasowymi zaczęła wpływać na zmianę kierunku nauczania, biorąc pod uwagę wiedzę o innych krajach.

Światowe uczelnie proponują nauczanie następujących przedmiotów: The Ideology of American Exceptionalism (University of Sydney), Is American Exceptionalism Exceptional? University of Luxembourg), The mythology of American exceptionalism (NY University), American exceptionalism? Race, crime and democracy in the United States (University of Oxford), American exceptionalism lecture (University of Sydney), gdzie również krytkowany jest idealistyczny obraz USA<sup>5</sup>. Obecnie obraz Stanów Zjednoczonych jest ukazwany zupełnie inaczej, bardziej krytycznie niż dotychczas.

Teoretyk polityki Benjamin R. Barber w swojej pracy pt. *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantyлізуje dorosłych i połyka obywateli* postrzega McŚwiat (czyli proces globalizacji) toczący walkę z siłami dżihadu, jako miejsce, gdzie dominuje etos infantylizmu – coraz bardziej liczą się dzieci i ich potrzeby, ponieważ one nakręcają rynek. Barber postrzega we współczesnych Stanach Zjednoczonych dominujący etos infantylizmu: kupowanie, wydawanie oraz makdonaldyzację wyrażone przez m.in. szybkie filmy, Fast Foody, szybką muzykę, ludzi chcących tracić wagę bez ćwiczeń, uzyskiwać dyplomy bez rzetelnej nauki, studiów przez Internet. Barber nazywa Amerykę marką. A uznając Amerykę za markę, łączy ją ze stawianiem wizerunku, emocji czy uczuć wyżej niż rozumu.

Z kolei socjolog George Ritzer, ukazuje współczesny zmakdonaldyzowany świat, gdzie chociaż możemy przewidzieć określone mechanizmy napędzające rynek, to jednak określa je jako zdecydowanie dehumanizujące i zamykające konsumentów w klatkach, z których wydaje im się złudnie, że z łatwością mogą się wydostać. Ritzer wprawdzie nie wzywa do bojkotu czy rewolucji, ani nie

<sup>4</sup> A. Dzikowska, *Dlaczego Ameryka wciąż jest tak wyjątkowa?*, [http://www.wiadomosci24.pl/artykul/dlaczego\\_ameryka\\_wciaz\\_jest\\_tak\\_wyjatkowa\\_17094.html](http://www.wiadomosci24.pl/artykul/dlaczego_ameryka_wciaz_jest_tak_wyjatkowa_17094.html) (dostęp: 1.07.2016).

<sup>5</sup> Por. K. Armstrong, *University of Sydney professor leads American exceptionalism lecture*, “How you can claim to be the best nation in the history of the world is sort of nonsensical to me, but I’m trying to understand that idea”, O’Connor said Wednesday afternoon at “The Ideology of American Exceptionalism” lecture. “I’m seeking to sort of disprove the notion of superiority”, <http://dailycampus.com/stories/2015/10/8/university-of-sydney-professor-leads-american-exceptionalism-lecture> (dostęp: 21.09.2016).

popiera procesu makdonaldyzacji, ale pokazuje, jak można próbować na nowo zhumanizować otaczające środowisko<sup>6</sup>.

Jednak jest czynnik, który może być postrzegany jako pozytywny w procesie amerykańskiej. Jak pisał amerykański politolog Robert Putman, społeczny kapitalizm, mający swoje korzenie w tożsamości kulturowej oraz bonding (łączy jednych, a wyłącza innych) jak również fakt, że dzięki wspólnocie pracy obywatelskiej budowane są między ludźmi pomosty<sup>7</sup>.

Jednak globalizacja, jak postrzega z kolei harwardzki politolog Samuel Huntington<sup>8</sup>, może stanowić nowe zagrożenie narodowej tożsamości amerykańskiej dla rdzennej kultury Anglo-Protestanckiej. Czy zatem najważniejsze amerykańskie paradygmaty, wartości i ideały są widoczne, jednoznaczne i czytelne w recepcji Ameryki przez Polaków w młodszych wiekach, którzy są w znacznej mierze konsumentami tej kultury?

Aby spróbować odpowiedzieć na te pytania, w pierwszej kolejności warto zauważyć istotne znaczenie pierwszych etapów nauki w szkole podstawowej, gdzie uczniowie najpierw chętnie zaczynają uczyć się i używać języka angielskiego. Wpływa to na kształtowanie ważnych kompetencji interkulturowych, o czym pisze w swoim artykule *Dyskomfort trzeciego miejsca – trudności interkulturowe ucznia* Aleksandrowicz-Pędich określając naukę w szkole podstawowej kładzeniem podwalin pod kształtowanie wspomnianych kompetencji interkulturowych uczniów<sup>9</sup>. Kolejny etap nauki języka angielskiego cechuje emocjonalne, ale zarazem bardziej świadome, podejście do nauki języka obcego, gdzie zauważalne jest spore zainteresowanie innymi kulturami: brytyjską czy amerykańską. Jednak z powodu dużej liczebności uczniów w klasach, a co za tym idzie braku możliwości indywidualnej pracy z uczniem oraz nie zawsze odpowiednio dobranymi treściami w podręczniku, pojawiają się trudności interkulturowe<sup>10</sup>. Należy oprócz tego pamiętać o istniejących stereotypach w postrzeganiu innych kultur, a zaliczyć tu należy: wiedzę proceduralną (wrażliwość kulturowa, umiejętność przełamywania szablonów w myśleniu itp.), uwarunkowania osobowościowe (cechy indywidualne, wartości itp.), czy umiejętność uczenia<sup>11</sup>.

W artykule tym chciałabym przyjrzeć się temu, jak dzieci w wieku szkolnym 10-12 lat z Ełku postrzegają Stany Zjednoczone oraz ich mieszkańców

<sup>6</sup> Por. G. Ritzer, *McDonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa 1997.

<sup>7</sup> Por. B. R. Barber, *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i polyka obywateli*, przeł. H. Jankowska, Warszawa 2008, s. 506.

<sup>8</sup> Por. S. Huntington, *On immigration and the American Identity*, <http://www.thoughtcast.org/podcasts/huntingtonmaster.mp3> (dostęp: 7.11.2016).

<sup>9</sup> Por. L. Aleksandrowicz-Pędich, *Dyskomfort trzeciego miejsca – trudności interkulturowe ucznia*, w: *Nauka języka obcego w perspektywie ucznia*, red. H. Komorowska, Warszawa 2011, s. 291.

<sup>10</sup> Por. tamże, s. 292.

<sup>11</sup> Por. K. Mihułka, *Rozwój kompetencji interkulturowej w warunkach szkolnych – mity a polska rzeczywistość*, Rzeszów 2012, s. 102-103.

i tym samym konstruuja obraz Ameryki. Rozumienie tego procesu jest istotne zarówno dla analizy relacji dziecka ze światem zewnętrznym, szczególnie wynikającym z mediów i innych form rozrywki, jak i dla pragmatyki pracy nauczyciela języka angielskiego, do którego zadań należy negocjowanie świata wyobrazonego, dotyczącego krajów angielskiego obszaru językowego z rzeczywistością. Ten proces mediowania dziecięcych konstrukcji i realnej wiedzy o Ameryce zachodzi na lekcjach języka angielskiego.

### **Ankieta: wiedza o USA**

W celu zweryfikowania obrazu Stanów Zjednoczonych i ich mieszkańców zostało przeprowadzone badanie w czerwcu 2015 roku wśród uczniów z klasy VI b, Szkoły Podstawowej nr 9 w Elku.

Uczniowie wypełnili ankietę (w formie papierowej) w czasie około 20 minut. Ankiety wypełniło 19 osób, co stanowi 90% klasy. Rodzice jednej z uczennic nie wyrazili zgody na to, by córka wzięła udział w badaniu, bez podania przyczyny. Jedna osoba była nieobecna w tym czasie w szkole.

Uczniowie zdobywali wiedzę dotyczącą Stanów Zjednoczonych przez 6 lat trwania szkoły podstawowej. Ankieta sprawdzała wiedzę i percepcję dotyczącą Stanów Zjednoczonych, wynikająca nie tylko z lekcji języka angielskiego, ale ze wszystkich zajęć, jak również innych form aktywności: Internet, telewizja, rozmowy z rodzicami czy kolegami. Udzielający odpowiedzi byli w wieku 11 (jedna osoba) i 12 lat, w tym większość stanowiły dziewczęta 11, chłopcy – 8.

Ankieta sprawdzała wiedzę dotyczącą kilku obszarów związanych ze Stanami Zjednoczonymi i mieszkańcami. Pierwsza część związana była z polityką oraz władzami USA. Wszyscy uczniowie poprawnie wskazali prezydenta Stanów Zjednoczonych. Nazwę domu, w którym mieszka głowa państwa, po polsku znała większość uczniów, natomiast nazwę w języku angielskim mniej. Ustrój kraju znany jest większości uczniom. Stolica Stanów Zjednoczonych również jest znana uczniom klasy szóstej. Walutę obowiązującą w USA zna większość uczniów. Kolejna część ankiety dotyczyła kultury Stanów. Uczniowie mieli problemy z właściwym wskazaniem amerykańskich aktorów, aktorek czy ze wskazaniem miejsca, w którym powstają amerykańskie filmy.

Ankieta sprawdzała również obraz Amerykanów jak narodu wierzącego w Boga, zadając pytania dotyczące uczęszczania do kościoła oraz podejścia do wiary. Uczniowie postrzegają mieszkańców Stanów Zjednoczonych jako ludzi wierzących, ale nie uczęszczających regularnie do kościoła.

Ankiety zamykały pytania związane z porównaniem stopy życiowej Polaków i Amerykanów oraz poczucia dumy z pochodzenia. Ankietowani w większości uważają, że Amerykanie są dumnym narodem, świadczy o tym, wg ankietowanych: sposób świętowania Dnia Niepodległości; to, że każdy jest dumny ze swojej narodowości (powinien cieszyć się z niej); na większości domów jest flaga narodowa; to silny i duży kraj; są bogaci, inteligentni, dobrze wychowani; mają raczej ciekawszą historię; dużo walczyli; są lepsi od Polaków,

byli na księżycu; są silnym narodem. Na pytanie, czy żyje się ludziom mieszkającym w Stanach Zjednoczonych lepiej niż w Polsce, ankietowani odpowiadali następująco: tak, ponieważ jest taniej i łatwiej zarobić pieniądze, ponieważ jest tam ładnie; bogaty kraj z lepszymi warunkami życia; w Polsce jest dużo ubogich rodzin; Stany mają dobrego prezydenta; więcej miejsc pracy; są bogatsi, więcej osób ma pracę, poprawnie wychowują dzieci; można zarobić więcej; są bogaci i szanowani; mają lepszy rząd, są lepiej zorganizowani; nie zwracają uwagi na to, co inni o nich mówią.

Mniejsza liczba ankietowanych stwierdziła, że nie żyje się w Stanach lepiej niż w Polsce, ponieważ jest tam: tłuste jedzenie; rozleniwieni ludzie jedzący Fast Foody. Głównymi źródłami wiedzy o Stanach Zjednoczonych są nośniki medialne, takie jak telewizja (programy informacyjne i programy młodzieżowe), komputer (Internet: Facebook, strony z informacjami) oraz lekcje języka angielskiego (gdzie liczba godzin jak i przekazywanych treści jest bardzo okrojona przez założenia programowe oraz treści zawarte w podręcznikach). Część uczniów czerpie wiedzę z książek oraz prasy. Posiadana wiedza o USA wpływa na fakt, że w przyszłości ankietowani uczniowie w większości chcą pozostać w Europie, ewentualnie (26% ankietowanych) czasowo pragnie wyjechać do USA, jedynie 11% myśli o wyjeździe na stałe i podjęciu pracy.

Wyniki ankiet wskazały na całkowity brak orientacji w zakresie tego, co importują oraz eksportują Stany Zjednoczone. Pomimo dużej popularności amerykańskich filmów i seriali problemy nastęrcza rozpoznawalność występujących w nich aktorów i aktorek.

<b>Poszczególne pytania z ankiety</b>	<b>Ilość udzielonych odpowiedzi</b>	<b>Procentowy wynik udzielonych odpowiedzi</b>
Jeśli wiesz, zakreśl poniżej, kto jest obecnie prezydentem Stanów Zjednoczonych	19-stu ankietowanych poprawnie wskazało obecnego prezydenta USA	100% poprawnych odpowiedzi
Napisz poprawną nazwę domu, w języku polskim oraz angielskim, w którym mieszka prezydent USA	a) 16 osób zna poprawną nazwę w obu językach b) 1 osoba zna nazwę tylko w języku polskim c) 2 osoby nic nie napisały	a) 84% b) 5% c) 11%
Czy Stany Zjednoczone są (zakreśl właściwą odpowiedź): a) monarchią, b) republiką związkową o systemie prezydenckim	a) 4 osoby b) 15 osób	a) 21% b) 79%
Zakreśl poprawną nazwę miasta, które jest stolicą Stanów Zjednoczonych: a) New York, b) Washington c) Los Angeles	a) 6 osób b) 12 osób c) 1 osoba	a) 36% b) 63% c) 5%

OBRAZ STANÓW ZJEDNOCZONYCH I ICH MIESZKAŃCÓW...

Wymień, jakie produkty Amerykanie eksportują?	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Odzież – 2</li> <li>b) Słodycze – 2</li> <li>c) Mięso – 1</li> <li>d) Iphony – 1</li> <li>e) Becon – 1</li> <li>f) Kwiaty – 1</li> <li>g) Ropa naftowa – 1</li> <li>h) Fast food – 1</li> <li>i) Owoce – 1</li> <li>j) Frytki – 1</li> <li>k) Zabawki – 1</li> <li>l) Batony – 1</li> <li>m) Czekolady – 1</li> <li>n) Chipsy – 1</li> <li>o) 11 osób nie wymieniło żadnego produktu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 11%</li> <li>b) 11%</li> <li>c) 5%</li> <li>d) 5%</li> <li>e) 5%</li> <li>f) 5%</li> <li>g) 5%</li> <li>h) 5%</li> <li>i) 5%</li> <li>j) 5%</li> <li>k) 5%</li> <li>l) 5%</li> <li>m) 5%</li> <li>n) 5%</li> <li>o) 58%</li> </ul>
Co Amerykanie importują?	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Drewno – 1</li> <li>b) Słodycze – 2</li> <li>c) jedzenie – 1</li> <li>d) 15 osób nie napisało nic</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 5%</li> <li>b) 11%</li> <li>c) 5%</li> <li>d) 79%</li> </ul>
Zakreśl, jaka waluta obowiązuje w USA	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Dolary amerykańskie – 17</li> <li>b) Funty – 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 89%</li> <li>b) 11%</li> </ul>
Miejscem, gdzie powstają filmy w Stanach Zjednoczonych jest: a) Broadway, b) Hollywood , c) New York	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 1</li> <li>b) 18</li> <li>c) 1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 5%</li> <li>b) 95%</li> <li>c) 5%</li> </ul>
Zakreśl nazwiska amerykańskich aktorów	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Hugh Grant – 1</li> <li>b) Brad Pitt – 18</li> <li>c) Leonardo DiCaprio – 9</li> <li>d) Orlando Bloom – 0</li> <li>e) Angelina Jolie – 13</li> <li>f) George Clooney – 10</li> <li>g) Kate Winslet – 4</li> <li>h) Joan Collins – 5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 5%</li> <li>b) 95%</li> <li>c) 47%</li> <li>d) 0%</li> <li>e) 68%</li> <li>f) 53%</li> <li>g) 21%</li> <li>h) 26%</li> </ul>
Zakreśl nazwiska amerykańskich piosenkarzy	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Miley Cyrus – 15</li> <li>b) Michael Jackson – 17</li> <li>c) George Michael – 1</li> <li>d) Madonna – 12</li> <li>e) Ariana Grande – 13</li> <li>f) Victoria Justice – 10</li> <li>g) Sting – 4</li> <li>h) Simply Red – 1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 79%</li> <li>b) 89%</li> <li>c) 5%</li> <li>d) 63%</li> <li>e) 53%</li> <li>f) 21%</li> <li>g) 26%</li> <li>h) 5%</li> </ul>
Które z poniższych miejsc związane są ze Stanami Zjednoczonymi?	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Big Ben – 5</li> <li>b) Grand Canyon – 4</li> <li>c) the Statue of Liberty – 12</li> <li>d) Hyde Park – 4</li> <li>e) Central Park – 9</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 26%</li> <li>b) 26%</li> <li>c) 63%</li> <li>d) 26%</li> <li>e) 47%</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>f) Buckingham Palace – 2</li> <li>g) the White House – 17</li> <li>h) Broadway – 10</li> <li>i) Wimbledon – 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>f) 11%</li> <li>g) 89%</li> <li>h) 21%</li> <li>i) 26%</li> </ul>
Napisz trzy wyrażenia lub wyrazy, które kojarzą Ci się ze Stanami Zjednoczonymi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Fast foods, filmy, duża artyleria</li> <li>b) ryba, hamburger, frytki</li> <li>c) Hollywood</li> <li>d) naleśniki, kawa, pudding</li> <li>e) ogromne państwo, ponad 50 stanów</li> <li>d) fajne parki</li> <li>e) wielkie miasta, nowoczesność, pieniądze</li> <li>f) biały dom, big ben (pis. oryg.)</li> <li>g) otyłość, patriotyzm</li> <li>h) ogromne i bogate państwo, statua wolności (pis. oryg.)</li> <li>i) jedzenie niektóre, dolary</li> <li>j) kalifornia, hamburger (pis. oryg.)</li> <li>k) słodczyce, dużo ludzi i gwiazd</li> <li>l) gwiazdy filmowe</li> <li>l) radość, ponurość</li> </ul>	
Wymień 3 nazwy określające pozytywne cechy kraju, jakim są Stany Zjednoczone	<p>Brak odpowiedzi – 7 os.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Fajne filmy; parki rozrywki – 2 os.</li> <li>b) Piękna widoki; zabytki, jedzenie</li> <li>c) Dobra polityka, od niedawna zdrowe jedzenie, błyszczące felgi i autobusy szkolne</li> <li>d) Jest taniej, różnorodność ludzi, metro</li> <li>e) Patriotyzm</li> <li>f) Bogactwo, dobrze wychowani ludzie</li> <li>g) Fajne miejsca</li> <li>h) Bogaty</li> <li>i) Ładne miasta</li> <li>j) Radość, wolność</li> </ul>	
Wymień 3 nazwy określające negatywne cechy kraju, jakim są Stany Zjednoczone	<p>Brak odpowiedzi – 6 os.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Fast food</li> <li>b) Nadwaga, narkotyki,</li> </ul>	



OBRAZ STANÓW ZJEDNOCZONYCH I ICH MIESZKAŃCÓW...

	<p>najwięcej kradzieży</p> <p>c) Bardzo częste wojny</p> <p>d) Tłuste jedzenie, dużo agresji, wyzywające ubrania</p> <p>e) Otyłość</p> <p>f) Chcieli wojny, ponurzy i nietowarzyści (pis. oryg.)</p> <p>g) Prawie każdy ma broń</p> <p>h) Agresywni, skąpi, grube osoby</p> <p>i) Kradzieże, zamieszki</p> <p>j) Dużo biednych</p> <p>k) Ponurość, zaniedbanie</p>	
Skąd czerpiesz informacje o Stanach Zjednoczonych?	<p>a) zajęcia z j. angielskiego w szkole – 9</p> <p>b) inne lekcje (jakie?) – 1</p> <p>c) z telewizji (jakie programy?) – 12 (TVN24, wiadomości, progr. informacyjne, progr. o tworzeniu filmów w USA, Nickleodon, Disney Channel)</p> <p>d) z Internetu (jakie strony?) – 12 (FB, informacje)</p> <p>e) z książek (jakich?) – 2</p> <p>f) z prasy (jakiej?) – 2</p> <p>g) z rozmów z rówieśnikami – 9</p> <p>h) z rozmów z rodzicami/krewnymi – 9</p>	<p>a) 47%</p> <p>b) 5%</p> <p>c) 63%</p> <p>d) 63%</p> <p>e) 11%</p> <p>f) 11%</p> <p>g) 47%</p> <p>h) 47%</p>
Czy Amerykanie są ludźmi wierzącymi?	<p>a) Tak – 14</p> <p>b) Nie – 5</p>	<p>a) Tak 74%</p> <p>b) Nie 26%</p>
Czy Amerykanie chodzą regularnie do kościoła?	<p>a) Tak – 8</p> <p>b) Nie – 12</p>	<p>a) Tak 42%</p> <p>b) Nie 63%</p>
Czy w USA żyje się ludziom lepiej niż w Polsce? Uzasadnij krótko swoje zdanie.	<p>a) Tak – 10</p> <p>b) Nie – 4</p> <p>c) Brak odp. – 5</p>	<p>a) Tak 53%</p> <p>b) Nie 21%</p> <p>c) Brak odp. 26%</p>
Czy Amerykanie są dumni ze swojej narodowości? Jeśli tak, napisz, dlaczego tak uważasz	<p>a) Tak – 15</p> <p>b) Nie – 2</p> <p>c) Brak odp. – 2</p>	<p>a) Tak 79%</p> <p>b) Nie 11%</p> <p>c) Brak odp. 11%</p>
Zaznacz, czy chcesz w przyszłości: a) wyjechać i pracować w USA czasowo, b) wyjechać na stałe, pracować i otrzymać obywatelstwo amer., c) chęć pozostać i pracować w Polsce/Europie.	<p>a) 5</p> <p>b) 2</p> <p>c) 12</p>	<p>a) 26%</p> <p>b) 11%</p> <p>c) 63%</p>

## Wpływ amerykanizacji na obyczaje (ankieta dotycząca restauracji McDonald's)

Zarówno wspomniany na początku Ritzer jak i Barber wyraźnie podkreślali znaczenie i wpływ powstania sieci McDonald's, które zdobywając szybko popularność wyszły poza granice Stanów Zjednoczonych. Nie trudno zauważyć, jak wiele dzieci oraz młodych osób korzysta w Polsce z usług jednej z największych sieci restauracyjnych na świecie. Analizując zjawisko popularności McDonald's przeprowadziłam także badania ankietowe na ten temat wśród dzieci z jednej ze szkół podstawowych w Ełku.

Ankietowani, uczniowie ze szkoły podstawowej z klas: IV-VI, łącznie 46 osób, obecnych w szkole w czasie przeprowadzenia ankiety (jedna klasa VI oraz dwie czwarte, czyli na pytania odpowiadali uczniowie w wieku od 10 do 12 lat) byli pytani o następujące zagadnienia: czy byli w restauracji McDonald's, jeśli tak, to ile razy w roku, co najchętniej zamawiali i dlaczego oraz czy mając do wyboru ponownie zjedzenie posiłku poza domem, wybraliby restaurację McDonald's. Celem przeprowadzenia ankiety było odkrycie fenomenu fascynacji dzieci tą siecią.

Respondenci w zdecydowanej większości byli przynajmniej raz w życiu w restauracji McDonald's. Część z nich uzasadniała, że chodzi tam, ponieważ lubi bądź rodzice jadąc zajeżdżają na posiłek właśnie do McDonald's. Tylko sześcioro dzieci z ankietowanych nie było w McDonald's, a mimo to na ostateczne pytanie odpowiadały twierdząco, wyrażały chęć zjedzenia posiłku, by np. spróbować hamburgera.

Ilość odwiedzin w McDonald's różniła się w badanej grupie: począwszy od pobytu raz w roku do dziesięciu razy w roku.

Najczęściej zamawianymi potrawami były: hamburger, frytki, hamburger i pepsi, zestawy dla dzieci z hamburgerem i zabawką, zestaw 2 for you, kurczak, cola, lody, tortille, Happy meal, koktajl czekoladowy, brokuły w cieście, shaker, zestaw dla dzieci z hamburgerem i zabawką, sok jabłkowy, nuggets, Big Mac, hamburger z serem (bo mało kosztuje), pikantny kurczak z frytkami, zestaw, cheeseburger, zestaw dla dzieci (bo można poczuć się jak dziecko).

Uzasadnienia chęci wyjazdu do McDonald's były różne. Większości podobały się: wystrój, zabawki oraz, jak pisali, jedzenie. Dodawali również: zjeżdżalnia, dobre „szejki”, happy meal, fajne krzesła i stoliki, dobre lody, atmosfera, obsługa, elektryczne tablice, umeblowanie, kącik dla dzieci, jest przytulnie, zapach, ładnie tam pachnie, były także odpowiedzi typu: frytki, kurczak i cola. Ale szóstoklasiści nieco inaczej widzieli pozytywne strony McDonald's, należały do nich następujące przymioty: nie trzeba czekać długo na zamówienie, wiem, kiedy mogę odebrać zamówienie, nie ma tzw. zdzierstwa, jest on w każdym mieście, (podoba się) miejsce do jedzenia, plac zabaw, zestaw: chicken nuggets, zabawki z zestawach, mili ludzie, WC są bardzo czyste, budowla, wieża z napisem McDonald's, możliwość spokojnej rozmowy ze znajomymi,

rozrywka (plac zabaw itp.), zabawki w zestawach, desery, jest w miarę tanio, łatwo zamawiać, dobre picie.

Osoby ankietowane z klasy VI-tej, na pytanie o ponowne pójście do McDonald's z możliwością wyboru innego miejsca posiłku, odpowiedziały następująco: 10 – tak, zaś 5 osób – nie, nie wybrałyby się ponownie do restauracji McDonald's mając możliwość zjedzenia posiłku poza domem. Jeśli chodzi o młodszych uczniów z klas czwartych, na powyższe pytanie twierdząco odpowiedziało 25-ciu ankietowanych, a przecząco 6-ciu. Osoby, które nigdy nie były w McDonald's, wyraziły chęć pójścia (chciałyby zobaczyć wewnątrz i zjeść tam), natomiast te, które były, a odpowiedziały przecząco, stwierdziły, że poszłyby do np. KFC, ponieważ jest tam ich ulubione jedzenie, zaś jedna z ankietowanych stwierdziła, że lubi kuchnię hiszpańską i tym uzasadniła swój negatywny wybór.

Wybór posiłków, jak wspominali w uzasadnieniu niektórzy starsi uczniowie z klasy VI-tej, podyktowany był również względami finansowymi: tanio, nie zdzierają, młodzi zwracali uwagę na to, co lubią oraz na wystrój i zabawki.

### Podsumowanie i zakończenie

Na podstawie wyników omówionych wyżej ankiet można stwierdzić, że obraz Stanów Zjednoczonych, jaki mają polskie dzieci ankietowane przeze mnie, nie jest obrazem w pełni skorelowanym z rzeczywistością. Oparty w dużej mierze na źródłach wizualno-medialnych, ulega on deformacji na niekorzyść mieszkańców Ameryki Północnej. Co więcej, treści przeznaczone do realizacji na zajęciach z języka angielskiego są bardzo wybiórcze. Kładą nacisk nie tyle na prawdziwy obraz Ameryki i jej mieszkańców, ile służą w znacznej mierze popularyzowaniu American Dream, co wpływa również na kształtowanie optyki spojrzenia na inną kulturę.

Cechy przypisywane Amerykanom można podzielić na poszczególne grupy. Po pierwsze – socjoekonomiczne, gdyż ankietowani uważają mieszkańców Ameryki Północnej za ludzi dobrze usytuowanych materialnie, posiadających lepszą od Polaków kondycję finansową, prowadzących łatwiejsze życie. Po drugie – moralno-obyczajowe. Amerykanie postrzegani są jako ludzie być może religijni, ale raczej niepraktykujący, nie uczęszczający do kościoła. Kolejną cechą jest kwestia dotycząca realiów życia codziennego<sup>12</sup>: mieszkańcy USA żyją na terenie nękanym praktycznie nieustannymi konfliktami wewnętrznymi, do których respondenci zaliczają przestępczość o dużym zasięgu oraz poczucie zagrożenia bezpieczeństwa. Jednocześnie najsilniej zaimportowany do polskich realiów element amerykańskiej rzeczywistości, czyli restauracje McDonald's, cieszą się dość jednoznaczną aprobatą ankietowanych.

Mimo że przeprowadzone badanie dotyczyło jednej grupy uczniów w szkole podstawowej w Ełku można założyć, że pewne wnioski mają charak-

<sup>12</sup> Por. tamże, s. 197.

ter ogólny i odnoszą się do szerszego problemu, z jednej strony amerykanizacji współczesnego świata, także Polski, z drugiej kształtowania kompetencji interkulturowych w procesie edukacji szkolnej. Wskazują na to, jak ważną rolę w procesie kształcenia interkulturowego mogą odegrać prawidłowo prowadzone zajęcia z języka angielskiego. Kluczowym elementem będą dobrze dobrane treści nauczania, jak również przygotowani odpowiednio prowadzący zajęcia, umiejętnie wspierający podopiecznych w pojawiających się trudnościach z innością kontekstu kulturowego<sup>13</sup>.

### **THE IMAGE OF THE UNITED STATES AND ITS INHABITANTS AS CONSTRUCTED BY YOUNG POLES (BASED ON THE SURVEYS CONDUCTED IN A PRIMARY SCHOOL IN ELK)**

#### **Summary**

The aim of the article is to present the notion of Americanization and the perception of America in Poland by one specific group, that is very young Poles. While the role of the American culture keeps changing, the mirror of these changes can be observed in Polish children's perception of the United States and its inhabitants. This article attempts to measure the impact and the level of Americanization of Polish students, based on surveys conducted in an elementary school in Elk. The study involved two questionnaires, one focusing on how well students know America and how they construct its meaning based on the sources from which they learn about the United States, and the second concerned the young Poles' fascination with McDonald's restaurants. The conclusion of the study is that the construction of America is largely distorted, even though the students have correct basic knowledge about this country, while at the same time there is definitely an ongoing process of Americanization in Poland.

**Key words:** Americanization, the USA, surveys, McDonald's, young Poles.

---

<sup>13</sup> Por. L. Aleksandrowicz-Pędich, *Dyskomfort trzeciego miejsca...*, dz. cyt., s. 295.