

JAKUB ISAŃSKI

## **DOSTĘP I UŻYTKOWANIE NOWYCH MEDIÓW PRZEZ MŁODZIEŻ<sup>1</sup>**

### **I. WSTĘP**

Jednym z określeń używanych do opisu współczesnych mediów jest „konwergencja”. W ten sposób podkreśla się postępujący zanik granic pomiędzy różnymi medialnymi gatunkami i próbuje analizować jego skutki<sup>2</sup>. Wspomniane zjawisko ma zarówno cechy procesu spontanicznie wykorzystującego pojawiające się technologiczne możliwości, jak i postać celowych działań prowadzonych przez funkcjonujące na rynku medialnym koncerny<sup>3</sup>. Tak więc media postrzegane są m.in. jako środek kształtujący percepcję i poznawanie świata<sup>4</sup>, narzędzie kształtowania relacji z rówieśnikami, ustalania (auto-definicji) swojego miejsca w strukturze społecznej i kształtowania tożsamości, a nawet sposób spędzania wolnego czasu. Wiadomo również, że już kilkuletnie dzieci potrafią komunikować się za pomocą mediów elektronicznych, często szybciej i sprawniej (można by rzec – bardziej naturalnie) niż ich rodzice i dziadkowie. Media są wszędzie – wokół nas i ponad nami, stanowią płaszczyznę, na której dochodzi do społecznej komunikacji.

Tak rozumiane media mogą być traktowane także jako „sfera społeczna” w znaczeniu, jakie nadaje temu pojęciu Hannah Arendt<sup>5</sup>, z takim ich ujmowaniem wiążą się jednak problemy badawcze, którym poświęcony jest ten

---

<sup>1</sup> W opracowaniu niniejszego artykułu wykorzystano wyniki badań projektu badawczego „ADOPOLNOR. At the doorstep to adulthood”, realizowanego w latach 2009-2010, a wspartego grantem z Islandii, Lichtensteinu i Norwegii w ramach Mechanizmu Finansowego EEA oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego, PL 0255 ([www.adopolnor.pl](http://www.adopolnor.pl)).

<sup>2</sup> Za: S. J. Baran, D. K. Davis, *Teorie komunikowania masowego*, Kraków 2007, s. 3.

<sup>3</sup> Por. M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa 2004, s. 40.

<sup>4</sup> Znany badacz mediów i ich wpływu na odbiorców, Dennis McQuail, pisze w swoim podręczniku *Teoria komunikowania masowego* (PWN, Warszawa 2008) o „zapośredniczeniu stosunków i doświadczeń społecznych” (s. 96 i n.), wspominając o całym szeregu spełnianych przez media ról, takich jak „zaangażowanie w produkcję i dystrybucję wiedzy w najszerzym sensie tego słowa”. Dalej wspomina o tym, iż media mogą być „głównym źródłem świadomości wspólnej przeszłości (historia) i aktualnego położenia społecznego, [...] magazynem wspomnień i mapą tego, gdzie i kim jesteśmy (tożsamości), mogą także dostarczać materiału dla orientowania się ku przyszłości”. Według tego autora, niezależnie od mnogości wspomnianych ról czy też zadań, kluczowe jest to, „do jakiego stopnia różne media zajęły miejsce pomiędzy nami a wszelkim doświadczeniem świata poza obszarem naszego bezpośredniego osobistego otoczenia i obserwacji zmysłowej”. Niniejszy tekst jest próbą uchwycenia specyficznego kształtu nowych, mobilnych, elektronicznych, mediów i możliwości, jakie stawiają swoim użytkownikom, oraz tego, w jaki sposób z możliwości tych korzysta młodzież.

<sup>5</sup> H. Arendt, *Kondycja ludzka*, Warszawa 2000, s. 44.

tekst. Jak ma się takie rozumienie publicznej przestrzeni oraz publicznej debaty do nowych mediów i możliwości, jakie ze sobą niosą? Czy nowe media wymagają zdefiniowania na nowo tego, co prywatne, i tego, co publiczne? Czy są areną swobodnej prezentacji własnych poglądów i wolnego komentowania opinii innych osób? Jakie miejsce zajmują nowe elektroniczne media w życiu codziennym młodzieży?

Odpowiedzi na te pytania mogą wskazać zupełnie nowe znaczenia i możliwości, jakich od kilku lat dostarczają nam właśnie media elektroniczne. Kształtowanie sfery publicznej, gdy weźmiemy pod uwagę obecne możliwości mediów elektronicznych, może przebiegać w sposób taki, jak przedstawia to autor jednego z współczesnych podręczników marketingu, Philip Kotler, analizując konsumenne trendy: „[...] dzieci dorastają w świecie, w którym błąd można naprawiać kliknięciem myszki”<sup>6</sup>. Ale media to także obawa podobna do tej, jaką żywił Platon przed pismem. Wynalazek ten, rozpowszechniony wśród ludzi, miał przyczynić się do upadku ludzkości „bo człowiek, który się tego wyuczy, przestanie ćwiczyć pamięć; zaufa pismu i będzie sobie przypominał wszystko z zewnątrz, ze znaków obcych jego istocie, a nie z własnego wnętrza, z siebie samego. [...] będą to mędrcy z pozoru, a nie ludzie mądrzy naprawdę”<sup>7</sup>. Powyższe obawy wyrażone przed wiekami przez Sokratesa w dialogu z Fajdrossem nie ziściły się, zawarte w nich niepokoje nie tracą jednak nic ze swej aktualności, szczególnie w świecie nieograniczonych możliwości, jakie niosą nowe media, zwłaszcza gdy znajdują się w rękach młodzieży.

## II. BADANIA MEDIÓW

Temat wpływu mediów masowych na społeczeństwo podejmowało już wielu autorów. Wskazywano na negatywne konsekwencje rozwoju mediów – ich destrukcyjny wpływ na społeczeństwo, na wykorzystywanie ich jako narzędzia panowania nad dostępem do wiedzy i sprawowania władzy w ogóle<sup>8</sup>, środek tworzenia i utrzymywania nierówności społecznych oraz integracji społecznej<sup>9</sup>, rozbijanie lokalnych wspólnot<sup>10</sup>, a także skuteczne narzędzie kontroli nad odbiorcami<sup>11</sup> (kontrola ta odbywa się permanentnie i niezależnie od woli użytkowników, a nowe media dają możliwości ich bieżącego monitorowania<sup>12</sup>).

<sup>6</sup> P. Kotler, *Marketing*, Poznań 2000, s. 165.

<sup>7</sup> Platon, *Fajdros* 274D, za: P. Levinson, *Miękkie ostrze*, Warszawa 1999, s. 10 i 40.

<sup>8</sup> Por. P. Levinson, op. cit., s. 32-33.

<sup>9</sup> Por. np. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 117 i n.

<sup>10</sup> S. J. Baran, D. K. Davis, *Teorie komunikowania masowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.

<sup>11</sup> Por. D. McQuail, op. cit., s. 60.

<sup>12</sup> Pod koniec lutego 2010 r. media doniosły o skandalu, jaki wybuchł w jednej z amerykańskich szkół w Pensylwanii, gdzie rozdano uczniom 1800 laptopów, które następnie w niektórych przypadkach wykorzystywane były do śledzenia poczynań uczniów, o czym przekonał się jeden z nich, gdy w szkole zwrócono mu uwagę na niewłaściwe zachowanie w domu. O podobnych sytuacjach można przeczytać w mediach, na przykład w odniesieniu do pracowników szpiegowanych w swoich miejscach pracy. Wydaje się, że ten problem będzie zyskiwał na znaczeniu w przyszłości.

Często też wskazuje się na znaczenie nierzetelnego i manipulacyjnego relacjonowania rzeczywistości i jego długofalowych skutków<sup>13</sup>. Spośród dostępnych na rynku relacji z badań zamierzam skupić się na tych, które przedstawiają sposoby użytkowania nowych mediów przez młodych odbiorców oraz na tym, jakie są ich możliwości kształtowania mediów (przestrzeni medialnej).

Refleksję nad mediami zacznę od pytań o ich codzienne wykorzystanie i powszechną ocenę. Jeszcze w badaniach CBOS-u „Polacy wobec mediów – ujęcie regionalne” z początku 2001 r. Internet nie był przedmiotem badań, natomiast w kolejnych latach Internet znalazł już w pełni uprawnione miejsce. Prezentowane dane dowodzą, że stopień zaangażowania w korzystanie z Internetu, zależy od pozycji społecznej (a szczególnie warunków materialnych i wykształcenia)<sup>14</sup>. I tak, w badanej przez CBOS próbie, 58% respondentów deklaruje korzystanie z Internetu w domu. W odniesieniu do młodzieży w wieku 16-19 lat jest to już 71%. Na pytanie o częstotliwość korzystania dzieci i młodzieży w gospodarstwie domowym z Internetu, 33% respondentów deklaruje codzienne korzystanie, 26% – kilka razy w tygodniu, a 20% – raz w tygodniu. Interesujące są również wskazania dotyczące miejsc korzystania z Internetu: dla 76% jest to szkoła, 50% – dom, 34% – u znajomych i krewnych, natomiast dla 27% – kawiarenka internetowa. W jednym z ostatnich pytań autorzy raportu pragną się dowiedzieć, czy dorośli orientują się, do jakich celów dzieci wykorzystują Internet. 38% dorosłych respondentów odpowiedziało, że orientuje się „bardzo dobrze”, 45% – „raczej się orientuje”, jedynie 14% deklaruje, że „raczej się nie orientuje”, a 3% odpowiada, że „zdecydowanie się nie orientuje”. Rodzice wskazują, że dzieci wykorzystują Internet do przygotowania do lekcji i poszukiwania ciekawych informacji z różnych dziedzin (po 79% wskazań), do udziału w grach (57%), słuchania lub kopiowania muzyki (53%). Mniej niż połowa wskazuje na korzystanie z poczty elektronicznej” (47%), udział w czatach (39%), instalowanie dostępnych programów komputerowych (33%) (bez precyzowania pytania o ich legalność, o czym wspominał dalej) oraz oglądanie lub kopiowanie filmów (32%). Chociaż z Internetu młodzi ludzie korzystają zarówno w szkole, jak i w domu, warto zwrócić uwagę na to, że ponad połowa respondentów deklaruje korzystanie z Internetu w szkole, a 1/3 respondentów u krewnych i znajomych – co jest o tyle interesujące, że korzystanie nie musi być związane z żadnym konkretnym urządzeniem; na pierwszym miejscu należy natomiast postawić łatwy dostęp do nieskończonego zbioru informacji.

W części innego raportu poświęconego dostępowi Polaków do nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych<sup>15</sup> czytamy o stałej poprawie w tym zakresie; np. w 2009 r. niemal 70% Polaków miało komputer we własnym domu, a 85% domowych komputerów podłączonych było do Internetu (od 2005 r.

<sup>13</sup> Por. M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008, s. 244 i n.

<sup>14</sup> Por. M. Wenzel, *Młodzież i Internet: korzystanie i zagrożenia*, CBOS, październik 2004, [www.cbos.pl](http://www.cbos.pl).

<sup>15</sup> Por. D. Batorski, *Korzystanie z technologii informacyjno-komunikacyjnych*, w: J. Czapiński (red.), *Diagnoza społeczna 2009*, Warszawa 2009, s. 283 i n.

odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w Internet wzrósł z 25,6% do 51,4%). Wspomniane już posiadanie komputera i dostęp do Internetu łączą się z szeregiem czynników, na przykład z miejscem zamieszkania (dostęp do Internetu w 39,4% gospodarstw domowych na wsi, 65,4% gospodarstw w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców), regionu kraju (województwa „ściany wschodniej” – dostęp do Internetu w 43,9% gospodarstw wobec średniej 53,3% dla pozostałych województw: 61,3% w pomorskim, 57,9% w wielkopolskim) czy też sytuacji majątkowej (Internet jest dostępny w 32,8% gospodarstw z pierwszego kwartyła w dochodzie na jednostkę, a 75,8% w gospodarstwach powyżej trzeciego kwartyła)<sup>16</sup>.

Należy dodać, że wspomniane nierówności w ostatnich latach raczej się pogłębiają, niż maleją, a u ich podłoża leżą nie tylko ekonomiczne różnice (np. znacząco zmniejszyła się liczba osób deklarujących, iż nie mogą sobie pozwolić na zakup komputera ze względów finansowych – spadek z 19% w 2007 r. do 13,7% w 2009 r.; w odniesieniu do laptopów zmiana jest również widoczna – spadek z 35% w 2007 r. do 28% w roku ubiegłym)<sup>17</sup>. Ponadto autorzy przytaczają dane, z których wynika, że w 45% gospodarstw domowych z najniższego kwartyła dochodów posiada komputer<sup>18</sup>, a w przypadku 57% gospodarstw domowych, w których wskazywano chęć zakupu laptopa, mimo że brak na to wystarczających środków finansowych, jest komputer stacjonarny<sup>19</sup>.

Na brak dostępu do Internetu ze względów finansowych wskazuje jedynie 14% mieszkańców gospodarstw domowych (wobec 19% w 2007 r.). Taki odsetek bynajmniej nie oznacza, że w pozostałych gospodarstwach domowych dostęp do Internetu jest powszechny, a jedynie to, że powody takiego stanu rzeczy są inne niż finansowe. I tak, wśród deklarowanych przyczyn braku dostępu do sieci wymieniane są argumenty: „Internet nie jest nam potrzebny” (wzrost z 46,5% w 2007 r. do 50% w 2009 r.), „brak odpowiednich umiejętności korzystania” (wzrost z 19,3% w 2007 r. do 28,6% w 2009 r.), „wystarczające możliwości korzystania z Internetu gdzie indziej” (5,4% w 2009 r. wobec 6,8% w 2007 r.). W tym wypadku maleje odsetek tych gospodarstw, w których przyczyny są finansowe, a wzrasta tych, gdzie brakuje wiedzy o możliwościach oferowanych przez Internet czy też niedostatek kompetencji w tym zakresie – „bariery mentalne i kompetencyjne” (tzw. miękkie), zyskujące na znaczeniu wobec „barier twardych” (brak możliwości korzystania ze sprzętu).

Warto w tym miejscu wspomnieć, że we wspomnianym raporcie mowa jest o znacząco większym dostępie do komputerów i Internetu w gospodarstwach domowych, gdzie wychowuje się dzieci (komputery posiada 91% gospodarstw, w których przebywa osoba ucząca się, a w 79% także Internet, wobec 40% gospodarstw bez uczniów i studentów wyposażonych w komputer i 30% z dostępem do sieci). Są to „dzieci pokolenia, dla którego nowe technologie są już nieodłącznym elementem życia codziennego”<sup>20</sup>.

<sup>16</sup> Ibidem.

<sup>17</sup> Ibidem, s. 284 i n.

<sup>18</sup> Ibidem.

<sup>19</sup> Ibidem.

<sup>20</sup> Ibidem, s. 285.

Ilustrację wzajemnych związków młodzieży i mediów uzupełnię wynikami badań opublikowanymi w pracy *Media i młodzież*<sup>21</sup>, która powstała jako raport z badań przeprowadzonych w 2009 r. Media przedstawiane są w nim raczej jako przestrzeń, która wraz z całą zawartością należy do jej użytkowników i twórców zarazem („Młodzi uważają, że to, co jest w sieci, jest po prostu ich”<sup>22</sup>). Powstający w świecie zdominowanym przez nowe media krajobraz społeczny jest tutaj określany jako „niestabilny i niepewny”, podatny na nieustanne zmiany, a możliwości korzystania z tych zmian i zanurzenia się w nich zależą od przepustowości internetowego łącza. Raport stanowi ciekawą ilustrację „powstawania sieciowych zbiorowości wokół praktyk kulturowych lub tekstów kultury”<sup>23</sup>. Przedstawiono w nim „uczestnictwo w kulturze”, jakie dokonuje się każdego dnia poprzez wybory młodzieży. Jak piszą autorzy, technologie „służą tworzeniu tożsamości grupowych i podejmowaniu wspólnych wyborów umożliwiających przekształcenie bazy nieuporządkowanych elementów we wspólną dla grupy narrację”<sup>24</sup>, przy czym – według autorów raportu – wspomniana narracja może być traktowana jako opis całego pokolenia. Istotna jest tutaj również dostępność rozmaitych form twórczości wspomniana w raporcie „kultura uczestnictwa”, która związana jest z „obniżaniem bariery dla ekspresji artystycznej”<sup>25</sup>. „Teleobecność” i „teledostępność”<sup>26</sup> są w tej sytuacji naturalnymi konsekwencjami permanentnego korzystania z nowych mediów. Jak czytamy dalej w raporcie, „we współczesnych urządzeniach telekomunikacyjnych drzemie niezwykle potężny potencjał uspołeczniający, są one wręcz maszynami do wytwarzania więzi i relacji, zaś jedyne, czego należy się obawiać, to nadmiar możliwości i wyborów społecznych, których one dostarczają”, co „[...] stwarza preteksty, środki i platformy dla tkania międzyludzkich relacji”<sup>27</sup>.

W raporcie *Młodzi i media* nie brakuje też wniosków o wpływie nowych mediów na szkołę i dojście do głosu młodzieży – można powiedzieć, że z wyników badań wylania się obraz nauczyciela, którego kompetencje informatyczne (czy raczej: „medialny analfabetyzm”<sup>28</sup>) są przedmiotem drwin i anegdot uczniów. On sam zaś obawia się „klasowych mądrali”, którzy zawsze mają coś do dodania podczas lekcji, a dzięki wszelakim urządzeniom *on-line* osób takich nie brakuje<sup>29</sup> i – co gorsza – w sytuacjach niepożądanych z punktu widzenia szkoły (związanych z jakimś porozumieniem przeciwko szkole jako całości lub jej konkretnym nauczycielom) na jej terenie rodzi się wspólnota uczniów<sup>30</sup>.

---

<sup>21</sup> Por. M. Filipiak, M. Danielewicz, M. Halawa, P. Mazurek, A. Nowotny, *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*, Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej, Warszawa 2009.

<sup>22</sup> Ibidem, s. 11.

<sup>23</sup> Ibidem, s. 8.

<sup>24</sup> Ibidem, s. 10.

<sup>25</sup> Ibidem.

<sup>26</sup> Ibidem, s. 35.

<sup>27</sup> Ibidem, s. 37.

<sup>28</sup> Ibidem, s. 16.

<sup>29</sup> Ibidem, s. 106.

<sup>30</sup> Ibidem, s. 124.

Jak podsumowują wstęp autorzy *Raportu*, „[...] opisujemy świat, który jawi się swoim mieszkańcom jako rozległa baza danych”<sup>31</sup>. Mimo to nowe media i korzystanie z nich to nie jedyne formy życiowej aktywności młodzieży, ponieważ nadal osobiste spotkania i bezpośrednia interakcja są uważane za pożądaną formę kontaktu. Kolejne interesujące spostrzeżenie zawarte w *Raporcie* dotyczy fragmentaryczności przekazu. Niezliczone bazy danych przedstawione są jako przeciwieństwa narracji (te miały jakiś początek, koniec, były zorganizowane w sekwencje)<sup>32</sup>. Wspomniane bazy danych oferują nieskończone możliwości, nakładając zarazem na użytkowników obowiązek ich samodzielnego porządkowania. Najczęstszym kluczem jest rozprzestrzenianie – o dostępie do danych treści świadczy ich wcześniejszy obieg i otrzymanie z wiarygodnego źródła. Tą samą metodą konstruowane są tożsamości – poprzez określenie kodu dostępu. Do wytwarzanych w podobny sposób tożsamości autorzy *Raportu* proponują korzystanie z określenia „insert”: „Są to tożsamości zawsze otwarte na propozycje i gotowe włączyć wszelkie dostępne materiały, na równi pochodzące z doświadczeń przeżytych, jak i medialnych, o ile mogą one, na określony czas, ‘warunkowo’, stworzyć koherentną całość. Tożsamości takie jednak na równi ‘włączają’, jak i pozbywają się rzeczonych materiałów, stąd są ciągle w trakcie budowania-burzenia”<sup>33</sup>.

Nowe media, które w analizie autorów *Raportu* są przedstawione jako arena formowania i prezentacji własnej tożsamości, jak i określania kręgów społecznych, zapraszają nas do nieustannej obecności, wymagając jednak jej aktywnego tworzenia – atrakcyjne są jedynie te profile, na których użytkownicy dokonują stałych zmian, modyfikują (personalizują) ich zawartość i starają się komentować wpisy innych osób.

Poza uczestnikami tak rozumianej kultury nie można nie zauważyć także kategorii osób funkcjonujących poza nią. Według autorów wspomnianego *Raportu*, wykluczenie dotyczy raczej kategorii („ludzi razem praktykujących”) społecznych (s. 16) – jak można uzupełnić wynikami innych cytowanych już badań – raczej w mieście niż na wsi, raczej wśród ludzi młodych niż starych, o czym piszę dalej.

Autorzy tego rozległego poznawczo i spójnego metodologicznie *Raportu* dość peryferyjnie traktują problem ograniczeń dostępu, o jakim pisał przed laty Jeremy Riffkin<sup>34</sup> – nowe media faktycznie stwarzają niebywale możliwości kontaktowania się z innymi, ale równocześnie niezapłacenie na czas rachunku za tak mitologizowaną komórkę grozi jej wyłączeniem i – niemalże – utratą znajomych (jest to zresztą więcej niż pewne w przypadku zgubienia karty SIM telefonu, na której zapisane są kontakty).

Podobnie w przypadku omawianego niżej badania ADOPOLNOR, szkoła rzadko wymieniana jest jako miejsce, w którym korzysta się z Internetu – twierdzi tak jedynie 20% respondentów. Intuicyjnie można założyć, że szkoła nie potrafi wykorzystać „naturalnego” zainteresowania młodzieży nowymi

<sup>31</sup> Ibidem, s. 18.

<sup>32</sup> Ibidem, s. 129 i n.

<sup>33</sup> Ibidem, s. 142 i n.

<sup>34</sup> Por. J. Riffkin, *Wiek dostępu*, Wrocław 2000.

technologiami, włączając je w proces kształcenia, lub też – co wydaje się równie prawdopodobne – „naturalne” sposoby użytkowania sieci (co pokazują odpowiedzi na pytania o korzystanie z Internetu w kontaktach z rówieśnikami) kłócą się z oczekiwaniami szkoły. To chyba jeden z większych problemów, gdy spojrzymy nań w kontekście przyszłości mediów – prawdopodobnie staną się one (by użyć określenia Krajewskiego z tegoż *Raportu*) jeszcze bardziej „przezroczyste”, funkcjonując absolutnie poza obiegiem wiedzy proponowanym przez szkołę.

Szczególnym przykładem powszechnego użycia nowych mediów jest więc telefon komórkowy, który „pomaga wytwarzać bliskość poprzez dzielenie się na bieżąco tym, co ważne”<sup>35</sup>. Jak piszą dalej autorzy, „obserwowane przez nas praktyki korzystania z telefonów komórkowych oraz Internetu skłaniają nas do twierdzenia, że architektura nowych mediów urefleksyjnia działania jednostek”<sup>36</sup>. Wspomniana refleksyjność dotyczy „funkcjonowania w sieciach społecznych. Dotyczy bezpośrednio relacji i znajomości, uświadamia ich wagę, potencjał oraz problematyzuje zarówno głębokość, jak i rozległość kontaktów. Drugim rodzajem refleksyjności jest refleksyjność nastawiona na kształtowanie *ja*”<sup>37</sup>.

Wydaje się, że autorzy większości dostępnych w literaturze przedmiotu raportów o mediach podążają tropem wyznaczonym przez slogany reklamowe o darmowej dostępności do nowych mediów – Internetu i telefonów komórkowych, które jednak nie są darmowe, a o ich dostępności decyduje także możliwość opłacania stałych rachunków. Być może nie bez znaczenia jest fakt, że tak jak w USA najbiedniejsi nawet ludzie mają samochód, który często jest zarazem ich zamieszkaniami, tak w Polsce zmitologizowanym artefaktem warunkującym uczestnictwo w życiu społecznym jest telefon komórkowy. Niedawno można było przeczytać w prasie codziennej, że aktywnych aparatów (kart SIM) jest w naszym kraju więcej niż ludzi. Z trudnych do jednoznacznego opisu względów nie ma już sensu pytanie o posiadanie telefonu, ale co najwyżej o jego model. Przeprowadzone przeze mnie badania wskazują, że telefony używane przez młodzież (osoby niepracujące zawodowo, a więc bez stałego źródła dochodu) są bogato wyposażone w szereg różnych funkcji (choć nie wszystkie są wykorzystywane) gwarantujących dostęp do licznych możliwości oferowanych przez nowe media.

Opisana przez antropologów „reguła wzajemności” zaczyna dotyczyć na równi aktywności w *realu* i *virtualu* – gdy średnia tygodniowa dla Polski wynosi ponad 11 godzin spędzanych przed monitorem komputera, nie wypada zbyt długo nie odpowiadać na *maile* i *posty*. Nowe media stwarzają więc nowe możliwości, usuwając zarazem szereg istniejących wcześniej barier (w tym także bariery towarzyskie związane z różnicą wieku). „Nigdy też wcześniej technologie nie eliminowały ograniczeń stwarzanych przez czas, przestrzeń, bariery społecznych, politycznych i kulturowych w takim stopniu, jak ma to miejsce dziś”<sup>38</sup>, możemy przeczytać w podsumowaniu.

<sup>35</sup> Por. Filipiak i in., op. cit., s. 46.

<sup>36</sup> Ibidem.

<sup>37</sup> Ibidem, s. 51.

<sup>38</sup> Ibidem.

### III. WYNIKI BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Przedstawione powyżej dane pochodzą z badania empirycznego realizowanego techniką ankiety audytoryjnej (N=847) w szkołach średnich w Poznaniu i na obszarze Wielkopolski. Realizowane badanie jest częścią międzynarodowego projektu ADOPOLNOR *At the doorstep do adulthood*, którego celem jest przedstawienie środowiska życia młodzieży znajdującej się w wieku późnej adolescencji<sup>39</sup>. Realizowane badanie miało dostarczyć wstępnych informacji o miejscu, jakie media zajmują w życiu młodzieży, do jakich mediów młodzież ma dostęp oraz w jaki sposób ich używa.

#### 1. Komputer

Według danych dostępnych w omawianej wyżej *Diagnozie społecznej*, ponad połowa Polaków w wieku 16 lat i starszych korzysta z Internetu. Badanie empiryczne objęło młodzież w wieku od 14 do 18 roku życia, toteż nie można wyników porównywać z cytowanymi wcześniej raportami ukazującymi skalę zjawiska w odniesieniu do całego kraju, mogą one jednak być traktowane jako informacja o dostępie i użytkowaniu nowych mediów elektronicznych o zasięgu regionalnym. Jak pisze autor cytowanego raportu, Dominik Batorski, „[...] mamy w tej chwili dwie Polski. Jedną nowoczesną, młodą, dobrze wykształconą, i drugą tradycyjną, słabo wykształconą i słabo radzącą sobie w obecnych czasach”<sup>40</sup>. Jakkolwiek upraszczająca byłaby taka konkluzja, szereg cytowanych badań potwierdza jej trafność. Wyniki omawianego dalej badania wskazują także dość jednoznacznie, że mamy w Wielkopolsce do czynienia raczej z tą pierwszą częścią – i mimo słabości dobranej przeze mnie próby sądzę, że pojawiające się tutaj dane traktować można jako ważną informację o młodzieży w Wielkopolsce w wieku późnej adolescencji – zarówno w kontekście ich dostępu do nowych technologii informacyjnych, jak i kompetencji w zakresie posługiwania się technologicznymi nowinkami.

W cytowanym powyżej badaniu *Diagnoza społeczna 2009*, kategoria społeczno-demograficzna „uczniowie i studenci” wykazuje najwyższy poziom korzystania z Internetu – 93,7% w 2009 r.<sup>41</sup> Kategoria ta wymieniana jest także jako posiadająca umiejętność korzystania z Internetu (75,1%) i „wszechstronnie korzystająca z Internetu” (w 67,8% przypadków). Przedstawione poniżej codzienne praktyki internetowe uzupełniają obraz korzyści, jakie są dostępne dla osób regularnie korzystających z nowych mediów.

Wyniki badania przeprowadzonego w Wielkopolsce pokazują podobny stopień zainteresowania nowymi mediami wśród młodzieży. Respondenci spędzają przed komputerem średnio od 5 do 10 godzin tygodniowo, przy czym około 3% z nich deklaruje brak korzystania z Internetu w ostatnim tygodniu, a niemal 13% – korzystanie od 1 do 2 godzin. Najwięcej czasu, gdyż ponad 20

<sup>39</sup> Por. A. Williams, C. Thurlow (red.), *Talking Adolescence: Perspectives on Communication in the Teenage Years*, New York 2005, VIII, s. 292.

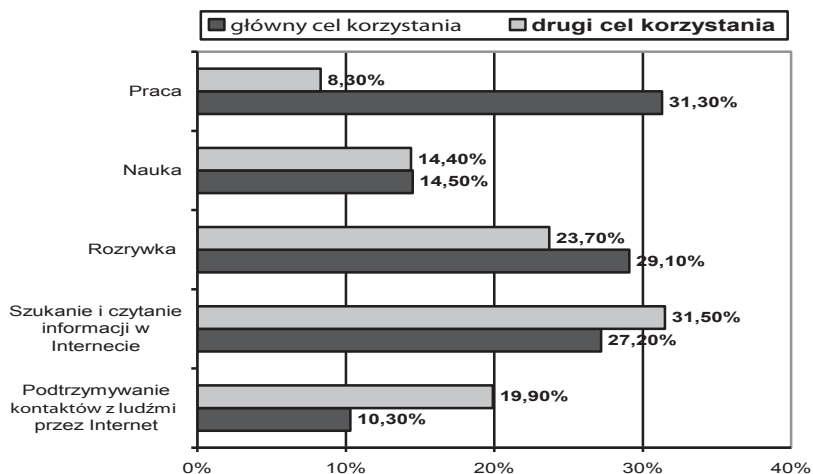
<sup>40</sup> D. Batorski, op. cit., s. 289.

<sup>41</sup> Ibidem, s. 296.



## Wykres 1

Cele korzystania z komputera w 2009 r.

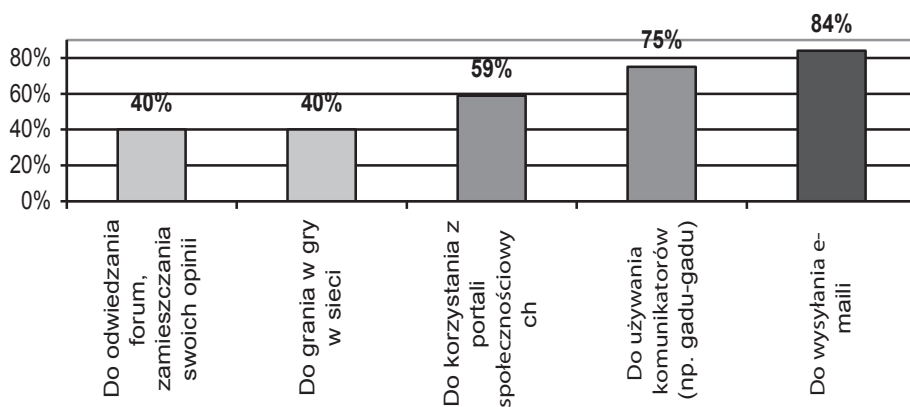


Źródło: D. Batorski, w: J. Czapiński (red.), *Diagnoza społeczna 2009*.

godzin tygodniowo, poświęca Internetowi prawie 14% respondentów (wielkość ta odpowiada danym zebranych przez autorów *Diagnozy społecznej*, w której określono wielkość kategorii „osób korzystających przynajmniej 21 godzin tygodniowo” na 13%, przy czym w moim badaniu w kategorii najczęstszych użytkowników sieci, spędzających przed komputerem ponad 20 godzin tygodniowo, jest 19% chłopców i 8% dziewcząt.

## Wykres 2

Korzystanie z różnych form użycia komputera w ostatnim tygodniu

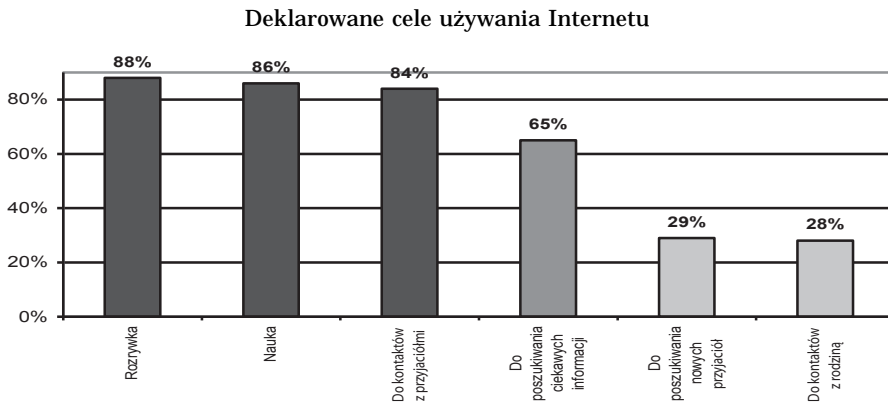


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania własnego (procenty nie sumują się do 100, badani mogli wybrać dowolną liczbę odpowiedzi).

Poza ilością spędzonych godzin, charakterystykę tę można uzupełnić danymi dotyczącymi wykorzystywania komputera w ostatnim tygodniu poprzedzającym badanie. Najczęściej jest to korzystanie z poczty elektronicznej oraz komunikatorów (odpowiednio 84% i 75% wskazań). Nieco rzadziej respondenci deklarują korzystanie z portali społecznościowych (59% wskazań), chociaż i w tym przypadku należy pamiętać, że jest to forma stwarzająca różnorodne możliwości komunikowania się.

Warto także zauważyć, że respondenci wskazują „dom” jako miejsce, w którym najczęściej korzystają z Internetu – jest tak w 94% przypadków (w badaniu ogólnopolskim, dla wszystkich kategorii wiekowych, odsetek ten wynosi 85% w 2009, wobec 50% w 2003 r.). Na kolejnych miejscach znajdują się: szkoła (35%) oraz laptop (26%). Za zastanawiające można uznać tak odległe miejsce szkoły – wydaje się, że taki stan rzeczy może wynikać z niedoceniaenia szkoły jako miejsca, w którym można korzystać z nowych technologii informacyjnych, lub też ograniczenia w wykorzystywaniu tam komputera, na przykład do kontaktu w rówieśnikami (wskazywanego jako jedno z najważniejszych celów korzystania z Internetu). Informacja taka może być traktowana jako sygnał o ewentualnych korzyściach z przedefiniowania wzajemnych relacji szkoły, młodzieży i nowych mediów.

### Wykres 3



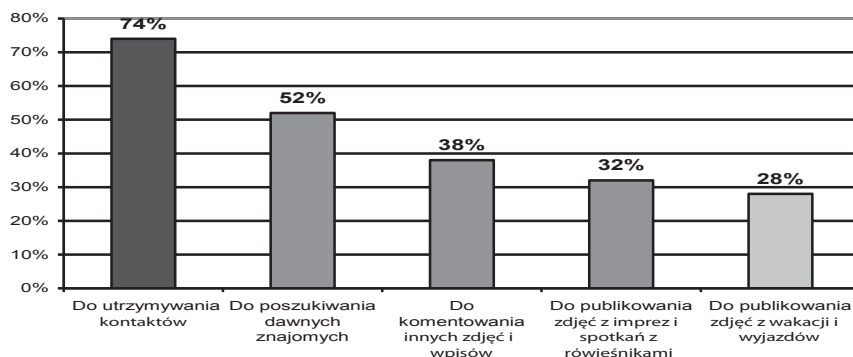
Źródło: opracowanie własne, na podstawie badania własnego (procenty nie sumują się do 100, badani mogli wybrać dowolną liczbę odpowiedzi).

Nowym fenomenem, związanym z korzystaniem z nowych mediów, są portale społecznościowe, oparte na zasadzie systematycznej aktywności *on line* pewnej liczby uczestników, związanych np. wspólnymi zainteresowaniami lub ukończeniem etapu edukacji w tej samej szkole. Ta zupełnie nowa w naszych realiach forma kontaktu i „zaistnienia” w sieci (jeszcze w badaniu *Diagnoza Społeczna 2007* pytanie o odwiedzanie portali społecznościowym się nie pojawia), a szczególnie jej obecność w kategorii wiekowej 15-18 lat, można potraktować jako ważną informację o możliwym przyszłym kierunku zmian

w zakresie kształtowania i funkcjonowania sieci społecznych kontaktów (istotnych, np. w kontekście wytwarzania kapitału społecznego, sieci społecznych powiązań i społecznego zaufania, które pozwalają jednostce na wykorzystywanie tak rozumianych zasobów w różnych sytuacjach<sup>42</sup>). W badaniu ogólnopolskim z 2009 r. 51% respondentów deklaruje odwiedzenie portalu społecznościowego w ostatnim tygodniu, a 81%, odwiedzenie „kiedykolwiek”<sup>43</sup>. W badaniu przeprowadzonym przeze mnie w Poznaniu i na terenie Wielkopolski odsetek osób deklarujących korzystanie z portalu społecznościowego w ostatnim tygodniu wynosi niemal 75%. Dane obrazujące szczegółowe cele odwiedzania portali społecznościowych przedstawia wykres 4.

**Wykres 4**

Deklarowane cele korzystania z portali społecznościowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania własnego (procenty nie sumują się do 100, badani mogli wybrać dowolną liczbę odpowiedzi).

Odwiedzanie portali społecznościowych to nie jedyna forma „twórczej” aktywności respondentów w Internecie. W moim badaniu aż 45% respondentów deklaruje prowadzenie bloga lub prywatnej strony w Internecie, a 40% – zamieszczanie w sieci własnej twórczości: zdjęć, muzyki, nagrań. Są to odsetki wyższe od tych, jakie znaleźć można w cytowanym raporcie, gdzie tworzenie własnej strony www lub bloga w ostatnim tygodniu deklaruje 8% respondentów, natomiast aktywność taką wykonywaną „kiedykolwiek” deklaruje 34%. Wydaje się, że najważniejszym czynnikiem wpływającym na tę różnicę jest wiek uczestników mojego badania (i relatywnie większa ilość czasu, jaką mogą poświęcić na własną twórczość i publikowanie jej efektów), ale i traktowanie tej formy jako narzędzia komunikacji z rówieśnikami i – rzadziej – rodziną lub osobami, które poznaje się w sieci.

Młodzież wykorzystuje Internet także do zakupów, poszukiwania adresów instytucji czy też grania w gry sieciowe; jest też darmowym źródłem

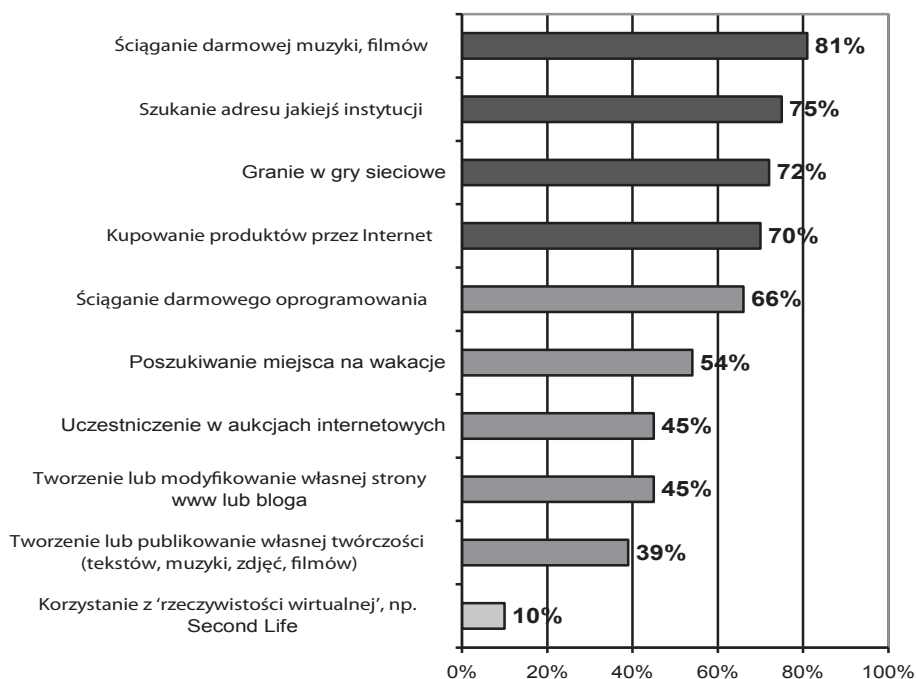
<sup>42</sup> Por. np. J. C. Coleman, *Social Capital in the Creation of Human Capital*, „The American Journal of Sociology” 94, 1988; por. też.: R. Putnam, *Społeczny kapitał a sukces instytucji*, w: P. Sztompka, R. Kucia, *Socjologia. Lektury*, Kraków 2008.

<sup>43</sup> D. Batorski, op. cit., s. 308.

oprogramowania i „miejscem”, w którym można umieścić rozmaite formy własnej twórczości z nadzieją na jej upowszechnianie (por. wykres 5), bez określania ograniczenia kręgu odbiorców. Wyniki te mogą wskazywać również na to, iż Internet jest nie tylko „miejscem” zamieszczania własnych plików, ale w ogóle przyczyną ich powstawania.

### Wykres 5

Deklarowane („kiedykolwiek”) sposoby używania Internetu



Źródło: opracowanie własne, na podstawie badania własnego (procenty nie sumują się do 100, badani mogli wybrać dowolną liczbę odpowiedzi).

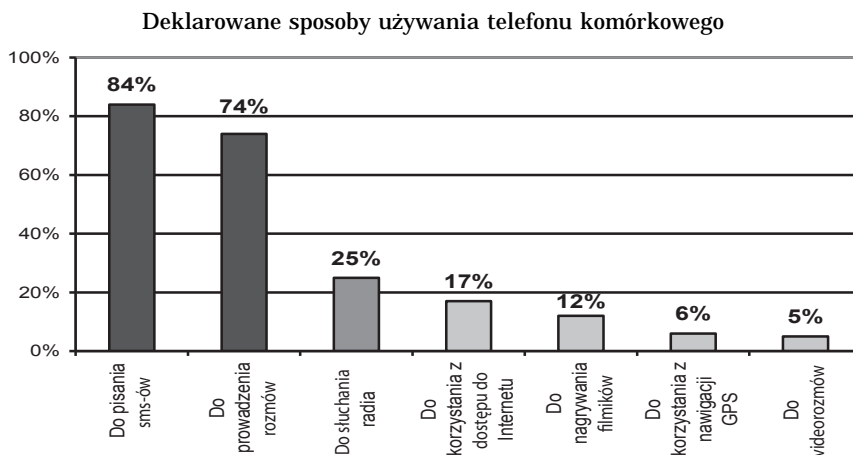
Wyniki wskazują również na istnienie i skalę zjawiska nawiązywania bliższych relacji społecznych z osobami poznanymi w sieci. Odsetek osób, które spotkały się z osobą poznaną uprzednio w sieci, wynosi 30% (niemal 40% dla chłopców i prawie 20% dla dziewcząt). Dla porównania, odsetek ten w badaniu ogólnopolskim, dla wszystkich kategorii wiekowych wynosi 17% i wzrósł o 5 punktów procentowych od 2007 r. Młodzi, przynajmniej w deklaracjach, mniej obawiają się Internetu niż ich rodzice, zaś sam Internet, sądząc po sposobach jego używania, dobrze zaspokaja ich potrzeby – potrzebę kontaktów społecznych, ekspresji własnej osobowości, a co najmniej jest przestrzenią, w której można „zabrać głos”.

## 2. Telefon komórkowy

Kolejny, jeszcze bardziej powszechny środek dostępu do możliwości stałego komunikowania się z innymi, telefon komórkowy<sup>44</sup>, obecny jest w 81,8% gospodarstw domowych w Polsce, a w kategorii wiekowej 16-24 lata – w 96,1% wskazań<sup>45</sup>. Co ciekawe, dane dotyczące korzystania z telefonu komórkowego, przedstawione ze względu na dochody na osobę w gospodarstwie domowym, wynoszą 70,2% dla pierwszego, 73,3% dla drugiego, 81,1% dla trzeciego i 90,1% dla czwartego kwartyła dochodowego.

W przeprowadzonym badaniu ADOPOLNOR posiadanie telefonu komórkowego zadeklarowało aż 97,8% respondentów. Co więcej, telefon ten jest najczęściej nowy i dobrze wyposażony w dodatkowe funkcje: aparat fotograficzny (niemal 94% przypadków), możliwość słuchania muzyki (niemal 90%), radio (ponad 77%). Udogodnienia te wskazują także na sposoby, w jakie wykorzystywany jest telefon (wykres 6), nie zawsze jednak są one w pełni wykorzystywane poprzez użycie zgodne z przeznaczeniem (a nie, np. jako oznaka statusu).

### Wykres 6



Źródło: opracowanie własne, na podstawie badania własnego (procenty nie sumują się do 100, badani mogli wybrać dowolną liczbę odpowiedzi).

Interesującą informacją może być również fakt, iż ponad połowa nastolatków posiada telefon dłużej niż 5 lat, a ponad 40% – od 2 do 5 lat. Tak więc – telefon komórkowy jest tym medium, do którego dostęp jest jeszcze bardziej powszechny niż do komputera czy Internetu (pamiętać oczywiście należy, że z Internetu można korzystać także za pośrednictwem „komórki”), a sam telefon komórkowy w rękach młodych ludzi stał się trwałym elementem krajobrazu społecznego.

<sup>44</sup> Por. np. P. Levinson, *Telefon komórkowy, czyli jak zmienił świat najbardziej mobilny ze środków komunikacji*, Warszawa 2004.

<sup>45</sup> D. Batorski, op. cit.

### 3. Wnioski

Trudno udzielić jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czy Internet i sposoby jego użytkowania są bardziej szansą czy też zagrożeniem w kontaktach między ludźmi<sup>46</sup>. Socjologowie zwracają uwagę na nierówności w dostępie do nowych technologii informacyjnych – choć liczba użytkowników Internetu rośnie lawinowo, to nie wszędzie przybywa ich równie szybko, a nawet można wskazać regiony, w których dostęp do sieci nie jest zbyt powszechny i nieprędko taki będzie (dotyczy to szczególnie obszarów wiejskich naszego kraju). Niemniej wyniki przeprowadzonych badań pokazują, że niemal wszyscy respondenci, młodzież w dwóch dużych miastach Wielkopolski, mają dostęp do telewizji, telefonii komórkowej czy też Internetu. Wobec tego ważniejszy wydaje się fakt używania mediów w określony sposób. Można oczywiście zastanawiać się, czy kilkanaście godzin spędzanych średnio tygodniowo przez komputerem to dużo czy mało. Dostrzegane przez młodzież korzyści bycia *on line* są niezaprzeczalne, do najczęściej wskazywanych należą możliwości kontaktu z rówieśnikami, poszukiwania ciekawych informacji i rozrywki. Możliwości te niebawem się zwiększyły w ciągu ostatnich kilku lat (i nic nie wskazuje na to, aby ten wzrost miał ulec w najbliższych latach zahamowaniu). Młodzi, z nielicznymi wyjątkami, stanowią tę grupę, która, być może, już niedługo wszystkich informacji będzie poszukiwać w sieci, a profil na jednym z portali społecznościowych będzie najpełniejszą informacją o ich osobowości, tożsamości<sup>47</sup> czy miejscu w strukturze społecznej. Warto także wspomnieć o podkreślonym w raporcie *Młodzi i media* argumentie o fizyczne izolacji – sadowienie się przed ekranem komputera zastąpiło wcześniejsze zasiadanie przed telewizorem, słuchanie muzyki w gronie przyjaciół lub znajomych<sup>48</sup> i związane z tym możliwości nawiązywania społecznych więzi należą już do przeszłości, stają się „wyjątkowe, odświeżające, nietypowe, [...] przestarzałe”<sup>49</sup>. Więzi społeczne nadal są zawiązywane, ale poszczególne elementy takiej struktury społecznej rozrzucone są w przestrzeni w sposób trudny do wyobrażenia i opanowania.

Wydaje się także, że Internet i wszelkie dostępne w sieci możliwości komunikacji z innymi ludźmi dotyczą raczej osób już znanych (także tych, których po latach odnajduje się w jednym z wielu portali społecznościowych), niż spotkania nowych osób, znanych jedynie z internetowego *nicka*. Wskazywać to może, iż komunikacyjny potencjał technologii informacyjnych wykorzystywany jest raczej jako wzmocnienie istniejących więzi, szczególnie z rówieśnikami, niż zastępowanie życia realnego tym, które odbywa się

---

<sup>46</sup> Pytanie to zadaje M. Golka w swojej książce *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne* (op. cit.), w której wylicza cały szereg zagrożeń i manipulacji, jakich możemy doświadczać, korzystając z sieci.

<sup>47</sup> Tożsamość, ujmowana choćby lapidarnie przez P. Sztompkę jako „my, do którego zaliczam własne ja”, jest w tym wypadku informacją o tej kategorii, którą człowiek uważa za własną, z której normami społecznymi i wartościami się identyfikuje (por. P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków 2002). Osobnym tematem pojawiającym się przy tej okazji jest także marketingowe wykorzystywanie danych zbieranych, zarówno legalnie jak i nielegalnie, przez firmy prowadzące swoją działalność w sieci.

<sup>48</sup> Za: Filipiak i in., op. cit., s. 145 i n.

<sup>49</sup> Ibidem, s. 146.

wyłącznie przed ekranem komputera. Prawdopodobnie więc od skali dostępu do nowych mediów elektronicznych w Wielkopolsce, jak i całym kraju, większym problemem jest nierówna dystrybucja tegoż dostępu, przy czym zmienną, która wspomnianą nierówność generuje w widoczny sposób, jest wiek.

Nowe media są więc jak powietrze, wszechobecne („jeśli Twoje dziecko nie śpi, to prawdopodobnie jest *on line*”<sup>50</sup>), dostępne dla wszystkich. Tworzą świat społecznych relacji zależnie od sposobu, w jaki są używane, faworyzując jednak tych, którzy nieustannie są w stanie, jak pisze Marek Krajewski, „czuwania”<sup>51</sup>. O ile jednak dość częste porównanie do powietrza wydaje się trafne, o tyle – moim zdaniem – należałoby raczej mówić o powietrzu podawanym pod odpowiednim ciśnieniem. Problemu tego doświadczają ludzie wspinający się w wysokich górach – nadmiernie rozrzedzone na dużej wysokości powietrze wymaga odpowiednio długiego okresu aklimatyzacji, przystosowania organizmu, aby człowiek mógł normalnie funkcjonować i nie zemdleć. Z drugą skrajnością mają do czynienia pletwonurkowie – powietrze, jakim oddychają pod wodą, podawane jest z butli, gdzie umieszczone jest pod dużym ciśnieniem, wielokrotnie większym od normalnego – przed dostarczeniem do organizmu należy je odpowiednio zredukować zależnie od głębokości, na jakiej jest podawane, aby można było nim bez przeszkód oddychać, w przeciwnym wypadku rozerwałoby płuca. Podobnie ma się rzecz z nowymi mediami, przy czym odpowiednie ciśnienie powietrza porównać można do poziomu kompetencji internetowych – zbyt niski nie gwarantuje możliwości działania i normalnego funkcjonowania w świecie internetowych możliwości kontaktów społecznych i staje się coraz bardziej dotkliwym problemem. Zbyt wysoki z kolei grozi rozerwaniem, w tym wypadku – więzi społecznych i upośledzeniem szans/umiejętności nawiązywania nowych kontaktów społecznych. Pozostając przy takim rozumieniu nowych mediów, w odniesieniu do Internetu trafniej byłoby więc mówić o „nurkowaniu” w sieci, niż o surfowaniu po jej powierzchni. Takie określenie bliższe jest zanurzaniu się w ocean nieskończonych możliwości, zależnie od własnych kompetencji, pozwalających na podawanie informacji pod odpowiednim ciśnieniem – im głębiej, tym ciśnienie jest większe.

W tym kontekście rozważyć należy rolę szkoły w obliczu wzrastającego znaczenia nowych mediów i spróbować odpowiedzieć na pytanie, dlaczego młodzi ludzie wykazując tak dużą kreatywność, inicjatywę i pomysły w swobodnym korzystaniu z nowych mediów, nie są równocześnie w stanie wykorzystać tej energii w procesie edukacyjnym i skupiają się na wklejaniu znalezionych w sieci fragmentów? Wygląda na to, że szkoła radzi sobie z Internetem i nowymi mediami znacznie gorzej niż uczniowie. Podawane w raporcie *Młodzi i media* przykłady wpajania uczniom nieufności wobec informacji z sieci (co spontanicznie i w dobrej wierze czynią nauczyciele, informując o ograniczonej wiarygodności informacji internetowych) dość jednoznacznie wpisują się w dyskurs zagrożenia, zamiast szansy, jaką niosą

<sup>50</sup> Por. M. Filipiak, M. Danielewicz, M. Halawa, P. Mazurek, A. Nowotny, *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*, Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej, Warszawa 2010.

<sup>51</sup> Ibidem, *passim*.

nowe media. Problemem nie jest dostęp do komputera czy Internetu – jak wynika z badań prowadzonych w ostatnich latach, dostęp ten mają niemal wszyscy uczniowie (wskaźnik ten wygląda mniej korzystnie na wsi niż w mieście) – natomiast trudniej jest mówić o określonych kompetencjach nie tylko nauczycieli, ale i uczniów (podających osobowe dane poznanym w sieci osobom itp.). Z pewnością jednak widoczny jest problem braku kompetencji i konieczność ich ciągłego uaktualniania (*update*). Oczywiście trudno wskazać tutaj gotowe rozwiązania pozwalające na eliminację tegoż problemu, wydaje się jednak, że jego trafne wskazanie powinno być pierwszym krokiem na drodze do bardziej optymalnego wykorzystywania nowych mediów. Warto także pamiętać, że kompetencje nauczycieli jako przedmiot drwin są chyba nieodłącznie wpisane w istotę hierarchicznego stosunku nauczyciel–uczeń i również przed upowszechnieniem Internetu uczniowie starali się przechrzyć nauczycieli. Być może więc nowe media i sposoby, w jaki są wykorzystywane do kształtowania nowych relacji społecznych, choć bez wątplenia nowe, nie tworzą wcale tak wiele zupełnie nowych możliwości.

Problemem, który marginalnie, ale pojawia się w większości badań mediów, jest także legalność podejmowanych w tej przestrzeni działań. „Młodzi traktują zawartość sieci jako swoją własność” czytamy w raporcie *Młodzi i media*. Badacze starają się zapewnić respondentom bezpieczeństwo, anonimowość i dyskrecję, zmieniając dane lub podając jedynie *nick*, ponieważ mają świadomość, że znaczna część podejmowanych w sieci działań jest niezgodna z prawem. Lista możliwych działań jest tu niezmiernie długa – od nielegalnego oprogramowania, kopiowania i rozprzestrzeniania twórczości wszelakiego rodzaju do ochrony danych osobowych. Sytuacji nie ułatwiają zmiany ustawodawcze czy też sprzeczności pomiędzy przepisami i różnice w wysokości kar obowiązujących w różnych krajach. Najczęściej wymienianym zagrożeniem, jakie rodzice widzą dla swoich dzieci korzystających z Internetu, jest pornografia i pedofilia, ale wydaje się że równie poważnym problemem jest zmuszanie internautów do funkcjonowania na nieostrej i niestałej granicy prawa. Z problemem tym nie radzą sobie użytkownicy – nielegalne oprogramowanie znajdowane jest nierzadko nawet w komputerach w szkołach rozmaitych instytucjach publicznych. Wiele wskazuje więc na to, iż ubocznym skutkiem, jeżeli nie wręcz warunkiem, korzystania z nowych mediów jest zgoda na pewien stopień braku poszanowania dla prawa jako elementu komputerowych kompetencji w codziennym życiu.

W Internecie jest wszystko, chociaż niekoniecznie dla wszystkich. Poza uprzywilejowaną elitą mogącą sobie pozwolić na „głębokie zanurzenie w oceanie możliwości” oferowanych przez nowe media i korzystanie z nich pod ogromnym ciśnieniem, znaczną część stanowią użytkownicy o ograniczonych kompetencjach i ograniczonym dostępie do mediów (z całkiem realnym ryzykiem rozerwania istniejących więzi społecznych, a bez gwarancji nawiązania nowych). Problemem, jaki należałoby postawić na pierwszym planie, jest umiejętność selekcji informacji – na przykład pod kątem ich ważności, wiarygodności i źródła, ustalania ich hierarchii, wiarygodności. Wydaje się, że możliwości nieograniczonej kontroli wiarygodności informacji nie równoważą ryzyka nieograniczonych możliwości i dezinformacji (często nawet



niezamierzonej). W istotę sieci i oferowanych przez nią możliwości wpisana jest pewna konwencja pozwalająca na dowolne kształtowanie własnej internetowej tożsamości, np. jako człowieka z głową psa, smoka, albo rycerza, w jednym z wielu popularnych wirtualnych światów przeznaczonych dla ludzi o podobnych zainteresowaniach. Wiarygodność internetowych zasobów można łatwo sprawdzić, np. przeglądając informacje o Polsce w obcojęzycznych serwisach – niezliczona ilość najzupełniej zaskakujących informacji (np. o popularnym polskim święcie *Bozz Narodzenie*, jaką można znaleźć na jednej z internetowych stron opisujących etniczne święta w różnych stronach świata). Oczywiście nie wszystko w sieci jest podobnie nieprawdziwe, lub co najmniej nieprecyzyjne, ale niemożliwe jest wskazanie kryteriów oceny wiarygodności (liczba wejść? opinie na forum?).

Osobno należałoby także przyrzeć się międzygeneracyjnym problemom, z jakimi związane jest korzystanie z nowych technologii – w świetle cytowanych badań jawią się one jako kolejna bariera pomiędzy pokoleniami (naturalny jest kontakt w sieci z rówieśnikami, znacznie mniej jednak naturalny kontakt z rodzicami czy rodziną). Wyniki badań mogą wskazywać na postępujące zagrożenie dezintegracji społecznej – mimo powszechnego używania nowych mediów jako narzędzia komunikacji z innymi, partnerem w komunikacji jest raczej rówieśnik, niż ktoś z rodziny.

Jak można podsumować refleksję nad rolą nowych mediów w życiu młodzieży? Mam przyjemność prowadzić zajęcia ze studentami w Kolegium Gnieźnieńskim Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza; w dyskusjach o mediach i ich roli we współczesnym świecie (ich świecie) posługują się oni przykładem domu studenckiego stojącego w pobliżu budynków dydaktycznych Kolegium. W tym wypadku dzielą oni historię akademika na „czas przed Internetu” i czas „po”. Datą graniczną „nowej ery” jest doprowadzenie Internetu do akademika, a podstawowa różnica dotyczy zupełnie innego charakteru relacji między studentami: wcześniej „wszyscy się znali” i „już od rana było wiadomo u kogo wieczorem będzie impreza”. Od czasu zamontowania Internetu mieszkańcy akademika znają niewielu sąsiadów, ewentualnie tych ze swojej grupy, a o imprezach łatwiej dowiadują się na którymś z portali społecznościowych niż na korytarzu.

Wyniki badań na mediach zdają się wskazywać rozpowszechnione wśród badaczy przekonanie, że jesteśmy świadkami powstawania jakiegoś nowego społeczeństwa. Paul Levinson pisze nawet o epokach, jakie w pierwszej dekadzie XXI w. stanowiło przejście z „ery komputera” do „ery telefonu komórkowego”<sup>52</sup>. Z drugiej strony jednak nie mniej rozpowszechnione wydaje się przekonanie o tym, że osoby niekorzystające z mediów z intensywnością prezentowaną powyżej to „ci, którzy nic nie rozumieją”<sup>53</sup>, a ich głos nie jest ważny w refleksji nad kulturą współczesną. Wydaje się także, że licznie zasiadający w rozmaitych świątyniach nowoczesności młodzi ludzie z laptopami

<sup>52</sup> Por. P. Levinson, *Telefon komórkowy...*, passim.

<sup>53</sup> Podobnie jak głos ludzi nie znajdujących się w mainstreamie globalizacyjnych procesów, por. M. Golka, *Polska transformacja w perspektywie postkolonialnej*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2009, z. 2, s. 440.

na kolanach jednym przypominają misjonarzy globalnej nowoczesności, innym natomiast – upiory zombie oświetlone bładą poświatą monitorów.

Sama możliwość dostępu do sieci nie musi jednakże oznaczać chęci skorzystania z niej. Miałem w ubiegłym roku okazję do udziału w międzynarodowym kursie, którego większa część odbywała się *on line*, a jednym z edukacyjnych narzędzi były dyskusje chat z autorami tekstów, które były udostępniane z uczelnianej bazy danych. W czasie gdy przewidziana była jedna z dyskusji, jechałem pociągiem i łączyłem się z siecią drogą radiową – profesor, z którym miałem wówczas okazję czatować, odpowiadał na wszystko moje pytania, jednakże w krótkim czasie okazało się, że byłem jedynym uczestnikiem rozmowy – nikt inny z kilkunastu uczestników zakwalifikowanych do grupy nie skorzystał z możliwości oferowanych przez nowe media i organizatora kursu.

*dr Jakub Isański*  
*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza*  
*w Poznaniu*  
*isan@amu.edu.pl*

## AVAILABILITY AND THE USE OF NEW COMMUNICATION MEDIA BY ADOLESCENTS<sup>1</sup>

### Summary

The paper presents results of a sociological survey on the access to new media and their use by adolescents in Wielkopolska, and compares those results with similar studies conducted elsewhere. The conclusions of the survey may be treated as a starting point of an attempt to describe a generation of contemporary adolescents. The main question that the author asks is how young persons today communicate among each other and how they create their image using the new possibilities offered by the ICT (Informational Communication Technologies). It seems that the use of the new media by young people today is so obvious that it has become rather difficult to identify the particular spheres in which they are used. Nevertheless, the analysis of the everyday use of computers, mobile phones, and various internet tools such as facebook or twitters suggests that the ways of everyday communication of young people are changing.

---

<sup>1</sup> The paper has been written based on the results of a research financed within the framework of the ADOPOLNOR grant At the doorstep to adulthood, conducted between 2009 and 2010, and supported with a grant from Iceland, Lichtenstein and Norway through the Financial Mechanism EFM and the Norwegian Financial Mechanism, PL 0255 ([www.adopolnor.pl](http://www.adopolnor.pl)).