

Korzyści związane ze stosowaniem nowych mediów przez dzieci i młodzież.

Jacek Pyżalski. Instytut Medycyny Pracy w Łodzi.

Fragment książki Pyżalski J. (2012) Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży, Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.

Pomimo oczywistej obecności zagrożeń badania wskazują, iż większość interakcji online realizowanych przez młodych ludzi ma charakter pozytywny lub neutralny (Finkelhor, Mitchell, Wolak, 2000). Występowanie zagrożeń należy zatem traktować jako patologię, stanowiącą problem mniejszości młodych ludzi korzystających z nowych mediów.

Jak wspomniano wcześniej nowe media, w szczególności internet, dają użytkownikom możliwość nie tylko odbierania informacji, ale także samodzielnego tworzenia treści. Użytkownicy mogą więc prowadzić bloga, stronę internetową, mogą zmieniać i modyfikować materiały opublikowane przez innych użytkowników itp. Osoby zaangażowane w tego typu działania określane są jako kreatorzy treści (content creators) (Lenhart i in., 2007). Ten typ zaangażowania nie jest charakterystyczny dla całej populacji internautów i na przykład w przypadku młodzieży do 18. roku życia wynosi w Stanach Zjednoczonych około 40% (Lenhart i in., 2007). Przyjmując perspektywę podłużną warto zauważyć, że odsetek młodych ludzi, którzy charakteryzują się takimi twórczymi wzorami korzystania z Internetu ciągle rośnie, na co wskazują choćby badania amerykańskie, powtarzane w roku 2004 i 2006 (Lenhart i in., 2007). Warto zauważyć, że rolę kreatorów treści w całej grupie młodych ludzi przyjmują częściej dziewczęta i starsi nastolatki.

Nasze krajowe badania (Batorski, 2009) wskazują na nieco niższe wskaźniki wśród polskich uczniów niż te w Stanach Zjednoczonych w zakresie działań określanych jako kreowanie treści. W tabeli 6. przedstawiono odsetki uczniów, którzy w ciągu tygodnia poprzedzającego badania realizowali takie działania w Internecie, traktowane w badaniach międzynarodowych, jako twórcze. (Lenhart i in., 2007). Dla porównania podano odsetki realizowania tych działań przez generalną populację (Batorski, 2009).

Tabela 1. Działania z zakresu kreacji treści realizowane przez polskich uczniów w ciągu tygodnia poprzedzającego badanie

Działanie	% uczniowie	% Populacja generalna
Tworzenie lub modyfikowanie własnej strony WWW lub bloga	5	11
Tworzenie i publikowanie własnych tekstów, grafiki, muzyki lub innej twórczości w internecie	4	10

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Batorski, 2009, s. 44)

Uzyskane w naszym kraju wyniki są niższe, niż wskaźniki uzyskane w badaniach amerykańskich (Lenhart i in., 2007). Prawdopodobnie różnice te mają związek zarówno z rozpowszechnieniem posiadania łącza internetowego w gospodarstwach domowych, jak i historii oraz tradycji wykorzystania tego medium, także w kontekście procesów edukacyjnych.

Kreowanie treści internetowych, które jest zwykle czasochłonne i wymaga długotrwałego przebywania online, wcale nie musi oznaczać dysfunkcjonalnego trybu życia w środowisku offline. Szerszy kontekst funkcjonowania kreatorów treści znalazł się w obszarze zainteresowań Lenhart i współpracowników (2007). Badacze ci wykazali, że młodzi ludzie zaangażowani w tworzenie treści

internetowych wcale nie zaniebdywali „realnego” świata. Co więcej, byli oni częściej niż młodzież nie działająca aktywnie online, uczestnikami kół zainteresowań i organizacji młodzieżowych działających na terenie szkół, do których uczęszczali. W zajęciach o tym charakterze uczestniczyło aż 42% kreatorów treści i jedynie 24% młodych ludzi nie podejmujących tego typu działań. Jeśli zaś idzie o uprawianie sportu to odsetek zaangażowanych był podobny w obydwu grupach i wynosił około 50%. Dane te stoją w sprzeczności z powszechnym stereotypem, że wszystkie osoby zaangażowane aktywnie w działania w internecie gubią się w świecie wirtualnym i przestają angażować się w „realne” działania. W kontekście pedagogicznym są one także przesłanką do tego, aby przy ocenie użytkowania nowych mediów przez młodych ludzi w szerszym zakresie uwzględniać aspekt jakościowy, a nie tylko koncentrować się na czasie, jaki młodzi ludzie poświęcają korzystaniu z nowych mediów (aspekt ilościowy).

Mishna, Saini, Solomon (2009) wśród pozytywnych aspektów wykorzystania mediów społecznych (w szczególności niektórych narzędzi internetu) wymieniają możliwość uzyskania wsparcia społecznego, ułatwiony rozwój i budowanie własnej tożsamości, rozwój zdolności interpersonalnych i krytycznego myślenia. Do tego w sferze edukacyjnej enumerują oni następujące korzyści: szeroki dostęp do informacji, możliwość uzyskania wsparcia akademickiego oraz możliwość nawiązywania kontaktów międzykulturowych.

Bardziej rozbudowany obraz możliwości i potencjalnych korzyści związanych z korzystaniem z nowych mediów rysują badacze prowadzący największy obecnie w Europie projekt dotyczący wykorzystania nowych mediów (Livingstone, Haddon, 2009) (tab. 7.). Proponują oni uwzględnienie trzech ról, które może przyjąć młody człowiek korzystający z nowych mediów. Może on być: odbiorcą treści, uczestnikiem (wtedy, gdy kontaktuje się z innymi osobami online) lub aktorem (gdy z własnej inicjatywy podejmuje określone aktywności). Bez względu na rolę, jaką pełni młody człowiek, korzyści związane z użytkowaniem nowych mediów mogą pojawić się w czterech obszarach, to jest: edukacji, udziale i zaangażowaniu obywatelskim, kreatywności i wyrażaniu siebie oraz w obszarze tożsamości i związków społecznych. Najłatwiejsza do analizy jest sytuacja młodego człowieka jako odbiorcy treści medialnych. Mechanizm jest tutaj podobny do tego, który był obecny w przypadku mediów tradycyjnych, np. telewizji. Młody człowiek, jako odbiorca, ma w poszczególnych sferach możliwości dostęp do określonych treści, które w przypadku obszaru edukacji oznaczają zasoby edukacyjne, w przypadku zaangażowania obywatelskiego oznaczają dostęp do globalnych informacji, w przypadku kreatywności i wyrażania siebie - dostęp do informacji charakteryzujących się różnorodnością i wreszcie, w przypadku obszaru związanego z tożsamością i związkami społecznymi, dostęp do treści o charakterze poradniczym. Zasadnicza różnica w porównaniu z mediami tradycyjnymi dotyczy ilości dostępnych materiałów, która jest w tym przypadku dużo większa oraz łatwości ich wyszukiwania. Oczywiście ta ilość i łatwość znalezienia informacji nie zawsze związana jest z ich wysoką jakością i kompetencjami odbiorcy w zakresie oceny tej jakości (co stanowi jeden z elementów alfabetyzmu medialnego w obszarze nowych mediów). Jeśli idzie o działanie młodego człowieka jako uczestnika, to w przypadku mediów tradycyjnych było ono właściwie niemożliwe. Dopiero nowe media dzięki interaktywności i fakcie, że stały się one mediami umożliwiającymi wielokanałową komunikację między użytkownikami, sprawiły iż młodzi ludzie mogli zacząć pełnić rolę uczestników. W obszarze edukacji uczestnictwo oznacza możliwość kontaktu z innymi osobami o podobnych zainteresowaniach. Autorzy wspomnianego już wcześniej raportu, który powstał w oparciu o szeroko zakrojone badania jakościowe Living and Learning with New Media (Ito i in., 2008) nazywają tego typu relacje uczestnictwem młodych ludzi w sieciach opartych na zainteresowaniach (interest-driven networks). Bardzo często zainteresowania te dotyczą niszowych spraw – bywa, że młodzi ludzie nie mają wokół siebie w tzw. realnym świecie innych młodych ludzi o podobnych zainteresowaniach (Ito i in., 2008). Wreszcie młody człowiek może samodzielnie inicjować naukę i pełni wtedy rolę aktora. Bycie odbiorcą w obszarze zaangażowania obywatelskiego oznacza dla młodego człowieka dostęp do globalnych informacji, gdyż jako uczestnik może on za pomocą nowych mediów wymieniać się informacjami z innymi

zaangażowanymi osobami lub grupami. Wreszcie, jako aktor może on dzięki nowym mediom inicjować i realizować konkretne formy zaangażowania społecznego. Kreatywność i wyrażanie siebie młody człowiek jako odbiorca nowych mediów może rozwijać dzięki różnorodności materiałów źródłowych. Ten sam obszar może być rozwijany wtedy, gdy młody człowiek odpowie na pojawiające się w nowych mediach zaproszenia do zaangażowania/wyrażania siebie. Wreszcie najbardziej aktywna forma polega na samodzielnej produkcji i publikowaniu treści internetowych, co stanowi realizację omówionej wcześniej koncepcji kreacji treści (content creating).

Tabela 2. Korzyści młodych ludzi z korzystania z nowych mediów

	Odbiorca	Uczestnik	Aktor
Edukacja	Zasoby edukacyjne	Kontakt z innymi osobami o podobnych zainteresowaniach	Samodzielnie inicjowana i wspólna nauka
Udział i zaangażowanie obywatelskie	Globalne informacje	Wymiana informacji pomiędzy zaangażowanymi grupami	Konkretne formy społecznego zaangażowania
Kreatywność/wyrażanie siebie	Różnorodność materiałów źródłowych	Zaproszenia do zaangażowania/wyrażania siebie	Treści tworzone przez użytkowników
Tożsamość i związki społeczne	Treści poradnicze dotyczące zdrowia/problemów osobistych	Portale społecznościowe/komunikacja z innymi	Ekspresja siebie

Źródło: opracowanie własne na podstawie Livingstone i Haddon, 2009)

Poddając analizie ostatni wyodrębniony obszar, młody człowiek pełniący rolę odbiorcy, ma dostęp do szerokiego zakresu treści poradniczych dotyczących zdrowia i problemów osobistych. Bycie uczestnikiem w tym obszarze oznacza wykorzystanie nowych mediów do kontaktowania się z innymi, choćby za pomocą portali społecznościowych, a najbardziej aktywna rola – rola aktora – oznacza możliwości ekspresji siebie w nowych mediach (Livingstone i Haddon, 2009).