©Wydawnictwo UR 2018 „Edukacja – Technika – Informatyka" nr 4/26/2018
ISSN 2080-9069 www.eti.rzeszow.pl
ISSN 2450-9221 online DOI: 10.15584/eti.2018.4.12

ANNA WARZOCHA

Połączeni, ale samotni. Postawy młodszych uczniów pokolenia *iGen*

Connected but Lonely. Attitudes of Younger Pupils of *iGen*

Magister, Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy, im. Jana Długosza w Częstochowie, Wydział Pedagogiczny, Instytut Edukacji Przedszkolnej i Szkolnej, Zakład Pedagogiki Przedszkolnej i Wczesnoszkolnej, Polska

Streszczenie

Dotychczasowe możliwości wzajemnego komunikowania się zostały poszerzone o internetowe, społecznościowe portale (Instagram, Twitter), aplikacje typu Snapchat, które zaszyfrowują wiadomość w obraz (np. zdjęcia, rysunki, filmy) i krótki tekst. Tak zorganizowana korespondencja wiedzie prym w dzisiejszych czasach i wydaje się, że z dużym skutkiem próbuje zdominować tę dziedzinę życia. Poprzez wspomniany cyfrowy performans umacnia się kultura związana z kultem ciała, wizerunku, rozrasta widowiskowa rzeczywistość, w której kultury sieciowe wzmacniają warstwę wizualną i porzucają mowę, a jednocześnie zamazywany jest naturalny, rzeczywisty przekaz i jego odbiór. Taka rzeczywistość generuje nowe postawy uczniów, wpływa na ich osobowość, a także zdrowie psychiczne i somatyczne. Opracowanie zestawia wnioski wypływające z lektury i badań neurodydaktyków, psychologów i obserwacji własnych, a takze być może stanowi prolegomenę do dywagacji na temat współczesnej pedagogii wczesnoszkolnej.

Słowa kluczowe: pokolenie *iGen*, postawy młodszych uczniów, kultura wizualna, portale społecznościowe, nowe media

Abstract

Existing options of mutual communication have been extended to internet, social networking sites (Instagram, Twitter), applications such as Snapchat, which encode a message into an image (e.g. photos, pictures, films) and a short text. Correspondence organized in such a way is in the forefront nowadays and it seems to be trying to dominate this area of life with a wide effect. Through the mentioned digital performance a culture connected with the cult of the body, the image strengthens, spectacular reality grows, in which network cultures enhance visual level and abandon speech and at the same time natural, actual message and its reception are blurred. Such a reality generates new attitudes of students, influences their personality, and their mental and somatic health. Thesis compiles conclusions resulting from the reading and researches carried out by neurodidacticians, psychologists and own observations and it can constitute a prolegomenon to considerations about contemporary pedagogy of early years education.

Keywords: *iGen*, attitudes of younger students, visual culture, social networking sites, new media

Aktualny świat zdominowany przez ekspansywny rozwój technologiczny, naznaczony ekonomią i kulturą wizualną (a nawet audiowizualną), przystosowuje i kreuje człowieka do kooperacji z nowymi mediami, które z kolei regularnie zmieniają jego zainteresowania, potrzeby, możliwości i postawy. Współczesny *Homo sapiens* to *Homo irretitus*, dla którego cyfrowe maszyny są jego przedłużeniem, MacLuchan'owskimi technologicznymi protezami, dzięki którym funkcjonuje w globalnym środowisku zdominowanym przez internet. Dotychczasowe możliwości wzajemnego komunikowania się zostały poszerzone o internetowe, społecznościowe portale (Instagram, Twitter), aplikacje typu Snapchat, które zmieniają sposób dialogu poprzez zaszyfrowanie wiadomości w obraz (np. zdjęcia, rysunki, filmy) i krótki tekst. Tak zorganizowana korespondencja wiedzie prym w dzisiejszych czasach i wydaje się, że z dużym skutkiem próbuje zdominować tę dziedzinę życia. Poprzez wspomniany cyfrowy performans umacnia się kultura związana z kultem ciała, wizerunku, rozrasta widowiskowa rzeczywistość, w której kultury sieciowe wzmacniają warstwę wizualną i porzucają mowę, hołdują indywidualizmowi, ale także powierzchowności i ludyczności, nie tylko zamazując naturalny, rzeczywisty przekaz i jego odbiór, ale przede wszystkim ontologiczny fundament.

Refleksje o współczesnym człowieku przedstawiane przez przedstawicieli nauk społecznych i humanistycznych (Postman, 2002; Delsol, 2017, 2018; Mirzoeff, 2016; Sztompka, 2012; Burszta, 2016; Hopfinger, 2010; Spitzer, 2013; Lindstrom, 2005; Twenge, 2017; Kasprzak, Kłakówna, Kołodziej, Regiewicz, Waligóra, 2016) także odnoszą się do najmłodszych uczestników dzisiejszej komunikacji kulturowej. Jeśli bowiem człowiek dorosły ma wykształcone pewne mechanizmy obronne przed uleganiem projekcji mediów, to dziecko wydaje się wobec nich bezbronne. Dzieje się tak m.in. w wyniku jego dorastania w ikonicznej, widowiskowej rzeczywistości, na którą składają się inherentne dwie przestrzenie: realna i wirtualna, oraz braku rozwiniętej u małego człowieka umiejętności dostrzegania granicy między fikcją a rzeczywistością. Taka sytuacja może skutkować przyjmowaniem przez młodą generację *a priori* wszystkiego, co przekaz medialny przynosi, a informacje, jakie trafiają do odbiorcy, mogą się stawać dla niego kształtującymi go treściami.

Lindstrom (2005, s. 23), analizując wpływ nowych mediów na osobowość, tak pisał o dzisiejszej młodzieży i dzieciach: „urodziły się (…) z myszką w ręku i ekranem komputera będącym ich oknem na świat, nauczyły się odróżniać ikony, zanim nauczyły się czytać".

Z moich obserwacji wynika (w wyniku wieloletniej pracy pedagogicznej i na stanowisku doradcy metodycznego), że przeciętny pierwszoklasista szkoły podstawowej często rozpoczyna naukę, nie rozumiejąc potrzeby czytania, ale z silną motywacją do rozwijania posiadanej umiejętności obsługi różnorodnych narzędzi cyfrowej technologii: telefonu, tabletu, komputera i innych. Najczęściej takie działanie jest związane z dostarczeniem sobie szybkiej przyjemności wyni-

kającej z imersji, czyli współczesnego, symptomatycznego odbioru gier i zabaw proponowanych przez nowe media.

Uczniowie pierwszego etapu edukacyjnego nie tylko sprawnie surfują po sieci i przebywają online i offline z podobnym bezstresowym nastawieniem, ale także posiadają konta w mediach społecznościowych i dzięki nim się kontaktują. Są tym samym najmłodszymi przedstawicielami *Homo irretitus*, których zachowanie jest charakterystyczne i podobne bez względu na to, gdzie żyją, niezależnie od poziomu zamożności czy wykształcenia rodziców. Spitzer w książce *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci* (2013, s. 183) pisał: „Typowy cyfrowy tubylec jest on-line jeżeli nie bez przerwy, to przez większą część dnia: utrzymuje stały kontakt mailowy, SMS-owy lub za pośrednictwem serwisów społecznościowych z przyjaciółmi i krewnymi, słucha przez wiele godzin dziennie muzyki, grając przy tym na konsoli lub oglądając wieczorny program telewizyjny. Zamiast budzika nastawia komórkę, po obudzeniu, jeszcze przed opuszczeniem łóżka, odczytuje najnowsze SMS-y, pozostaje przez cały dzień osiągalny i około 23.00 wysyła ostatnią wiadomość, po czym zasypia przy dźwiękach muzyki z iPoda lub telefonu".

Dzisiaj suponowaną postawę wzmaga coraz większa masowość i dostępność do internetu oraz mniejsza cena jego narzędzi, które stają się atrybutem aktualnego ucznia szkoły podstawowej, jego przedłużeniem, sztuczną pamięcią, bez których współcześni młodzi ludzie nie potrafią funkcjonować.

Wyniki przeprowadzonych w Polsce badań zdecydowanie wskazały na bardzo dużą popularność internetu. Okazuje się, że znaczna część młodszych dzieci (81% w wieku 6–12 lat), a w przypadku nastolatków prawie wszyscy (95% w wieku 13–15 lat i 94% w wieku 16–19 lat) korzystają z możliwości, jakie proponuje im sieć, co powoduje, wziąwszy pod uwagę fakt, że w młodszym wieku szkolnym zachodzi najbardziej intensywna interioryzacja odziaływań kulturowo-cywilizacyjnych, wielką siłę oddziaływania mediów na osobowość uczniów.

Tabela 1. Zawieranie nowych znajomości w internecie

Czy dzieci (młodzież) w Pana(i) gospodarstwie domowym zawierają przez internet nowe znajomości?	Odpowiedzi respondentów z gospodarstw domowych, w których są dzieci/młodzież w wieku:		
	6–12 lat	13–15 lat	16–19 lat
	w %		
Tak	24	34	35
Nie	70	52	46
Nie wiem	6	14	19

Źródło: Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej. Komunikat z badań nr 110/2015.

W opinii rodziców i opiekunów 24% najmłodszych użytkowników sieci, w wieku 6–12 lat, za pośrednictwem internetu pozyskuje nowych znajomych i prowadzi w niej wirtualną aktywność towarzyską. Do takiego zachowania naj-

pewniej namawia dzieci podszyta ekonomią reklama wraz z obiegowymi regułami typu: „nie ma cię na Facebooku, nie istniejesz", ale także sposób życia dorosłych.

Homo est animal socjale (Arystoteles) – człowiek jest istotą społeczną, która rozwija się poprzez relacje interpersonalne i którego mózg rośnie wraz ze wzrostem grupy, z którą przebywa (Spitzer, 2013, s. 102–111). Chodzi tu jednak o kontakty bezpośrednie, rzeczywiste, uczące reakcji werbalnej i niewerbalnej, społecznego przeżywania i odbioru wrażeń, budowania zespołowych wspomnień, żartu sytuacyjnego, metaforycznej analizy doświadczeń, radzenia sobie z trudnymi zdarzeniami, a także wspólnego rozwiązywania problemów i przekształcania ich w korzyści. Tymczasem cybernetyczne grono znajomych przynosi w znacznej mierze w wyniku przyjętego w portalach społecznościowych lapidarnego i zdawkowego komunikowania się informacje często nieprawdziwe, oparte na potrzebie autoprezentacji, ale również generujące negatywne emocje u odbiorcy. Pozostawia samotnego użytkownika i intensyfikuje samotne rozpatrywanie radości i zmartwień, samotne wyciąganie wniosków i samotne generowanie pomysłów. Spitzer (2013, s. 112) podkreśla, że „w wirtualnym świecie roi się od kłamstwa, mobbingu, matactwa, agresywnych zachowań, nagonek i pomówień, co może powodować u dzieci stresy, lęki, a nawet doprowadzić do depresji". Takie ciągłe korespondowanie i działanie z komputerem wpływa, co zostało wielokrotnie w literaturze opisane, na zmianę postaw odbiorczych oraz jak dowodzą uczeni, na somatyczne i psychiczne ludzkie właściwości (Spitzer, 2012, 2013; Carr, 2013; Burszta, 2015; Twenge, 2017).

„Ktoś, kto nie miał okazji do naturalnego rozwinięcia zachowań społecznych i jako dziecko lub młodociany większość kontaktów utrzymuje za pomocą internetu, a więc prowadzi wirtualne życie społeczne, najprawdopodobniej rozwinie zachowanie odbiegające od norm, które w realnym życiu uznawane jest za nieodpowiednie. Przekonaliśmy się na podstawie najnowszych wyników badań, że korzystanie z cyfrowych mediów wpływa negatywnie na poprawny rozwój tych obszarów w mózgu, które odpowiadają za nasze zachowania społeczne. (…) Młodzi ludzie coraz częściej nie wiedzą, którędy prowadzi ich droga, na ile ich stać i czego tak naprawdę chcą. Mają po prostu zbyt mało okazji, by odpowiedzi na te pytania szukać w konkretnych sytuacjach w rzeczywistym świecie, w osobistych kontaktach z innymi" (Spitzer, 2013, s. 111).

Podobnie twierdzi Twenge (2017), amerykańska profesor psychologii zajmująca się od 25 lat analizowaniem zmian, które zachodzą w kolejnych pokoleniach młodzieży. W swojej najnowszej książce *iGen* na podstawie wyników systematycznie prowadzonych badań sondażowych stawia diagnozę pokoleniu urodzonemu po 1995 r. i konkluduje, że na jego kondycję „wpływają różne czynniki. Jednak połączenie dwóch wynalazków: smartfona z dostępem do sieci oraz mediów społecznościowych spowodowało trzęsienie ziemi o niespotykanej dotąd sile" (Tewnge, 2017, s. 28).

Autorka określa generację *iGen* jako bardziej depresyjną od swoich rówieśników żyjących wcześniej, zalęknioną i w stanie kryzysu zdrowia psychicznego. Powodem takiego *sui generis* pokolenia jest wyimaginowana rzeczywistość kreowana na portalach społecznościowych rozwijających zgodnie z założeniami kultury wizualnej opisanej choćby przez Mirzoeffa (2016) i Sztompkę (2016) konieczność wpisania się w aktualne trendy, dążenie do ideału wizerunkowego i takiego życia, które torują w sieci celebryci.

„Z naszych mediów – pisał Llosa (2015, s. 26–28) – niemal całkowicie zniknęła krytyka literatury i sztuki, (…) a tematy kuchni i mody zajmują niemal obowiązkowo sporą część działów poświęconych kulturze, a szefowie kuchni i styliści grają pierwsze skrzypce, pełniąc rolę nadawaną kiedyś naukowcom, kompozytorom, filozofom".

Tym samym traci duchowość, związana z nią tożsamość i poczucie bezpieczeństwa, a wektor samorozwoju zostaje skierowany w stronę powierzchowności, blichtru, hedonizmu, ludyczności i indywidualizmu. Sugerowana rzeczywistość wraz ze swoimi komunikatami: „ty wybierasz" czy od lat funkcjonujące „róbta, co chceta" nie tylko trywializuje fundamentalne przemyślenia naukowe, ale zaburza wspólnotowe relacje, zmieniając paradygmat kulturowy, w którym podstawową zasadą jest zwracanie uwagi głównie na samego siebie.

Jednocześnie wystarczający i mylnie traktowany jako „okno na świat" ekran komputera, smartfona czy ipada, z którym młode pokolenie iGen się nie rozstaje, powoduje, że jego przedstawiciele wolą zostać w domu, niż eksplorować empirycznie świat i zdobywać wiedzę *a posteriori*, stając się, przyjmując stwierdzenie Baudrillarda (2006, s. 59), „zakładnikami informacji na globalnej scenie środków masowego przekazu".

Twenge dostrzega fakt, że mimo dłuższego czasu spędzanego przez współczesne dzieci i ich rodziców pod jednych dachem, występuje zjawisko słabej jakości ich wzajemnych relacji, które zdecydowanie nie są lepsze od tych, które obserwowaliśmy przed „erą cyfrowej zarazy" (Kłakówna, Regiewicz, 2016, s. 7), gdy młodzi ludzie swój wolny czas spędzali na spotkaniach towarzyskich, grach i zabawach poza domem.

„Spotykam moich kumpli z ich rodzinami. Nie rozmawiają ze sobą – opowiada Atena, bohaterka książki amerykańskiej badaczki – Mówią do nich po prostu «OK, OK», nie odrywając wzroku od telefonów". Podobnie jak jej rówieśnicy, Atena potrafi sprawnie wyłączyć głos rodziców, aby móc skupić się na telefonie. Spotkania z przyjaciółmi odbywają się przez posyłanie tekstów, zdjęć, filmików ze smartfona na smartfon. „Jestem w kontakcie z moim telefonem bardziej niż z prawdziwymi ludźmi". „I chyba lubimy nasze telefony bardziej niż realnych ludzi" – mówi przywołana wcześniej Atena (Jaklewicz, 2017).

Portale społecznościowe dające iluzję posiadania przyjaciół, ich obecności, bliskości, najczęściej łączą swoich młodych odbiorców jedynie łączem interne-

towym, jednak wyrzucenie z takiego grona jest boleśnie przez nich odczuwane. Strach istnieje nie tylko przed wirtualnym odrzuceniem, ale także przed odpowiednią liczbą tzw. lajków pod zamieszczonym postem czy zdjęciem, których suma ma świadczyć o atrakcyjności i randze środowiskowej adresata.

Suponowany rys socjologiczno psychologiczny odnosi się dzisiaj również do najmłodszych dzieci szkolnych. Przede wszystkim warto zwrócić uwagę na fakt, że komputer, internet, telefon komórkowy i aparat fotograficzny są dla nich naturalnie wpisane w pejzaż kulturowo-cywilizacyjny i innego świata nie znają. Ekrany stanowią dla nich źródło informacji, a kod ikoniczny bywa prymarny w komunikowaniu się, nie tylko za pośrednictwem urządzeń cyfrowych. Współcześni uczniowie serfują po sieci, przebywają online i offline z takim samym emocjonalnym, wygodnym nastawieniem, żyjąc jednocześnie w wymiarze interaktywnym i realnym. Funkcjonują towarzysko na portalach społecznościowych, nagrywają, fotografują, tworzą grupy fanowskie, realizują się jako autorzy filmów zamieszczanych w internecie, subskrybują, „lajkują", „hejtują", wychowują się w czasach czatów, forów, odczytują memy. Mają możliwość posiadania własnego konta bankowego, „dysponują pełnym zrozumieniem dzisiejszej gospodarki i mechanizmów rynkowych" (Lindstrom, 2005, s. 21), nie znają barier psychologicznych, wychodząc z założenia, że „wszystko jest możliwe – widziałem w telewizji" (Lindstrom, 2005, s. 21). Często przedkładają indywidualną relację z postaciami z gier komputerowych czy bohaterami telewizyjnych bajek nad zabawę towarzyską, naturalną i charakterystyczną dla takich dzieci, wyrabiając tym samym nawyk samotności.

Literatura

Baudrillard, J. (2006). *Wojny w zatoce nie było*. Warszawa: Sic!

Burszta, W.J. (2015). *Preteksty*. Gdańsk: Katedra.

Carr, N. (2013). *Płytki umysł. Jak internet wpływa na nasz mózg?* Gliwice: Helion.

Delsol, Ch. (2017). *Nienawiść do świata. Totalitaryzmy i ponowoczesność*. Warszawa: PAX.

Delsol, Ch. (2018). *Kamienie węgielne. Na czym nam zależy*. Kraków: Znak.

Hopfinger, M. (2010). *Literatura i nowe media po 1989 roku*. Warszawa: Oficyna Naukowa.

Jaklewicz, T. (2017). *Pokolenie smartfona*. Pobrane z: https://www.gosc.pl/doc/4346417.Pokolenie-smartfona (30.11.2017).

Kasprzak, P., Kłakówna, Z.A., Kołodziej, P., Regiewicz, A., Waligóra, J. (2016). *Edukacja w czasach cyfrowej zarazy. Audiowizualne aspekty kultury w ponowoczesności*. Toruń: Wyd. A. Marszałek.

Lindstrom, M. (2005). *Dziecko reklamy. Dlaczego nasze dzieci lubią to co lubią*. Warszawa: Świat Książki.

Llosa, M.V. (2015). *Cywilizacja spektaklu*. Kraków: Znak.

Mirzoeff, N. (2016). *Jak zobaczyć świat?* Kraków, Warszawa: Karakter.

Postman, N. (2002). *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show – businessu*. Warszawa: Muza.

Spitzer, M. (2013). *Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i swoje dzieci*. Słupsk: Dobra Literatura.

Sztompka, P. (2012). Wyobraźnia wizualna i socjologia. W: M. Bogunia-Borowska, P. Sztompka (red.), *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*. Kraków: Znak.

Twenge, J. (2017). *iGen.The 10 Trends Shaping Today's Young People and the Nation*. New York, Atria.