

Janusz Morbitzer*

WSPÓŁCZESNY UCZEŃ JAKO *HOMO MEDIENS* – EDUKACYJNE IMPLIKACJE

*Sama technologia jest niczym.
Tym, co ważne, jest wiara w ludzi,
w to, że są w głębi dobrzy i mądrzy,
i że jeśli damy im właściwe narzędzia,
zrobią wspaniałe rzeczy.*
Steven Paul Jobs**
(Russell, 2017)

WSTĘP

Współczesny człowiek, mieszkaniec dowolnego kraju cywilizacyjnie rozwiniętego, żyje w medialnym świecie. Na około 7,5 mld ludzi na świecie obecnie dostęp do Internetu ma 3,7 mld, tj. 49,2 proc. mieszkańców naszej planety (Internetworldstats.com, 2017). Wysyłają oni codziennie ok. 155 mld maili, 500 mln twittów, kilka mld SMS-ów, setki milionów komentarzy i wpisów na rozmaitych blogach. Każdego dnia piszemy ok. 3,6 bln słów, co odpowiada ok. 36 mln książek (1 bln = 10¹²) – jest to więcej niż liczby Biblioteka Kongresu USA, która ma 35 mln wolumenów.

Marc Prensky (2016), amerykański badacz mediów, nazwał grupę szczególnie silnie zanurzonych w medialnym świecie młodych ludzi mianem cyfrowych tubylców, w odróżnieniu od pokolenia starszego, urodzonego w epoce przedinternetowej – tzw. cyfrowych imigrantów. Cyfrowi tubylcy to osoby, dla których świat mediów elektronicznych nieustannie podłączonych do Internetu jest naturalnym środowiskiem funkcjonowania (Morbitzer, 2014).

Pokolenie cyfrowych tubylców nazywane jest również pokoleniem C, choć trafniejsze byłoby określenie 7 C – od słów określających ich zachowanie: *Connected*, *Communicating*, *Content-centric*, *Computerized*, *Celebritized*, *Community-oriented*, *always Clicking* – podłączone, komunikujące się, skomputeryzowane, mające silną

* Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej.

** Steven Paul Jobs (1955-2011) – współzałożyciel, były prezes i przewodniczący rady nadzorczej Apple Inc.

potrzebę zaistnienia publicznie, samodzielnie wybierające i tworzące interesujące ich treści, zainteresowane internetowymi społecznościami, ciągle klikające (Friedrich i in., 2017).

Jedną z ważniejszych, empirycznie zweryfikowanych tez Marshalla McLuhana (1911-1980), do dziś uważanego za jednego z najlepszych medioznawców, głosi, iż „kształtujemy nasze narzędzia, a potem one kształtują nas” (McLuhan, 2004, s. 17). Pokolenie cyfrowych imigrantów jest ukształtowane przez książkę drukowaną, a pokolenie cyfrowych tubylców to wychowane w kulturze obrazu tzw. ekranolatki. Ma to ogromne konsekwencje dla edukacji. Książka oddziałuje bowiem na intelekt, podczas gdy obraz – na emocje. Jest to uproszczone, ale trafne wytłumaczenie, dlaczego współczesne młode pokolenie jest coraz bardziej emocjonalne i coraz mniej racjonalne.

Badania amerykańskiego neurologa Gary’ego Smalla, opublikowane wraz z G. Vorganem pokazały, że pod wpływem kontaktu z Internetem u cyfrowych tubylców ukształtował się tzw. hipertekstowy umysł – odmienny od linearnych umysłów starszego pokolenia (Small i Vorgan, 2011). Po raz pierwszy w dziejach ludzkości równolegle funkcjonują ludzie o dwóch różnych mózgach. Ze względu na radykalne różnice w przetwarzaniu informacji przez te dwie grupy mówimy o tzw. luce mózgowej (ang. *brain gap*). Jest oczywiste, że odmienna neuronalna budowa mózgu oznacza zapotrzebowanie na inny niż tradycyjny rodzaj edukacji.

Ze względu na silną immersję w medialnym świecie cyfrowi tubylcy mogą być nazwani *homo mediens* – człowiekiem medialnym. Rezygnując tu z naukowej definicji tego pojęcia, przyjmijmy na użytek niniejszego artykułu, że jest to współczesna odmiana *homo sapiens* charakteryzująca się przede wszystkim silną więzią ze światem mediów interaktywnych i sieciowych. *Homo mediens* nie jest więc gatunkiem jednoznacznie określonym, bowiem – jak pokazuje prosta obserwacja jego zachowań – relacje ze światem mediów mogą być pozytywne, służące rozwojowi człowieka albo też negatywne, wpływające na człowieka destrukcyjnie.

ŚWIAT KULTURY, ŚWIAT TECHNIKI

Życie każdego człowieka toczy się w dwóch równoległych rzeczywistościach – kulturowej i technicznej. Są one jak awers i rewers tej samej rzeczywistości. Warstwa techniczna, zewnętrzna wobec człowieka (pomijam tu stosowane np. w medycynie przypadki wszczepiania urządzeń ratujących życie) dostarcza narzędzi, których zadaniem jest ułatwianie ludzkiego życia i zwiększanie jego komfortu. Skierowana ku naszemu wnętrzu warstwa kulturowa uzasadnia cel i sens stosowania narzędzi. Obejmuje ona wiedzę, poglądy, obyczaje, wierzenia, ale także określa nasz sposób korzystania z mediów i rozumienie celu tej właśnie aktywności.

Ze swej istoty, w odróżnieniu od techniki, podlegającej obiektywnym prawom fizyki, kultura odnosi się do bardzo subiektywnej sfery duchowej i zawiera

w sobie świat wartości. Dotykamy tu związanej ze światem mediów, jakże często zaniedbywanej warstwy aksjologicznej. Należy wskazać takie kategorie jak prawda, odpowiedzialność, uczciwość, wolność, dobro, tolerancja itp. Nie chodzi przy tym jedynie o podstawową znajomość tych pojęć aksjologicznych, ale także o ich interioryzację, czyli uwewnętrznianie w postaci praktycznego stosowania. Wszystkie wymienione kategorie są bardzo ważne i wzajemnie powiązane, ale obecnie najważniejszą wydaje się być odpowiedzialność. Mamy bowiem do czynienia z mediami o globalnym zasięgu i wszelkie medialne aktywności mogą mieć też globalne konsekwencje. Parafrazując słowa naszego wielkiego poety Cypriana Kamila Norwida *Ojczyzna to wielki zbiorowy obowiązek*, można – w odniesieniu do globalnej sieci – posłużyć się ich parafrazą – *Internet to wielka globalna odpowiedzialność*.

W odniesieniu do mediów odpowiedzialność należy rozumieć jako gotowość do ograniczenia oferowanej przez technologie wolności w imię uznawanych wartości. Oznacza to, że nie wszystko, co jest technicznie możliwe i realizowalne, należy czynić. Warunkiem dobrego funkcjonowania w świecie mediów czy w szerszym rozumieniu – w świecie nowych technologii – jest więc zachowanie równowagi między warstwą kulturową i techniczną. Zagadnienie to opisał Neil Postman (2004) w znakomitej książce *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*. Autor sygnalizuje, że niezwykle szybki rozwój techniki w pewnym sensie doprowadził do zniewolenia człowieka, który korzystając z coraz to większych technicznych udogodnień, nie zauważył swojego uzależnienia od narzędzi, podporządkowania im własnej aktywności, a więc tytułowego triumfu techniki nad kulturą, a często nawet nad rozumem (np. w przypadku patologicznych uzależnień od Internetu czy telefonów komórkowych – tzw. infoholizmu). Owo podporządkowanie człowieka technologii N. Postman nazywa stanem technopolu bądź technopolizacją naszego życia. Tymczasem zachowanie równowagi między warstwą kulturową i techniczną jest koniecznym elementem porozumienia między twórcami a użytkownikami, a także między ludźmi. Komunikacja interpersonalna jest bowiem istotnym elementem kulturowym i zdominowanie kultury przez technikę będzie jej znacznym upośledzeniem.

KUNA W KURNIKU, CZYLI CZŁOWIEK W ŚWIECIE MEDIÓW

Internet jest jednym z największych osiągnięć człowieka. Spośród licznych definicji tego medium przywołajmy tę podstawową, pochodzącą z 1993 roku, zawartą w dokumencie *RFC 1462 (Request for comments* – zbiór dokumentów opisujących Internet), co najważniejsze – na tyle uniwersalną, że nadal aktualną. W dokumencie tym zatytułowanym *FYI on 'What is the Internet'* autorzy określają Internet jako zbiór wzajemnie powiązanych trzech warstw (*FYI on...*, 2017):

- technicznej (*a network of networks* – sieć sieci),

- społecznej (*a community of people who use and develop those networks* – użytkownicy tworzący zasoby Internetu i korzystający z nich),
- informacyjnej (*a collection of resources that can be reached from those networks* – zbiór informacji, będący rezultatem medialnej aktywności użytkowników sieci).

Mimo upływu lat i nieustannego rozwoju Internetu definicja ta zachowała swoją aktualność. *Internet jest – i z pewnością pozostanie – zbiorem sieci zawierających zasoby informacyjne, które tworzą i z których korzystają członkowie danych społeczności*. Przedstawiciele *homo mediens* są zatem istotnym komponentem współczesnego Internetu.

Zbiór informacyjnych zasobów globalnej sieci nieustannie się powiększa, mówimy dziś o informacyjnym zalewie. Z jednej strony ów informacyjny ocean jest zjawiskiem korzystnym, gdyż oznacza bogatą ofertę dla użytkownika, z drugiej jednak – nadmiar informacji utrudnia efektywne poruszanie się w nim.

Zachowanie współczesnego użytkownika Internetu przypomina zachowanie kuni w kurniku, stąd też ta mało znana metafora znajduje zastosowanie w literaturze medialnej. W ewolucyjnym rozwoju kuna została wyposażona w mechanizm, który w przypadku znalezienia zdobyczy nakazuje jej zabicie wszystkich osobników i dopiero wówczas kuna pożera jednego z nich.

Mechanizm ten jest całkowicie racjonalny i skuteczny w naturze, gdzie zwykle kuna może upolować co najwyżej kilka kuraków. Problem pojawił się, gdy człowiek stworzył kulturę materialną, niedostosowaną do naszych biologicznych potrzeb i możliwości, budując fermy drobiu, w których zgromadzonych jest kilka bądź nawet kilkanaście tysięcy kur. W przypadku, gdy do takiego gigantycznego kurnika dostanie się kuna, tylko pozornie może uznać to za szczęśliwy dla siebie przypadek. Instynkt zabójcy nie pozwala jej bowiem zaprzestać zabijania, dopóki nie padnie ostatnia sztuka. Może się jednak okazać, że na ucztę jest już zbyt późno – kuna padnie z głodu lub z wyczerpania podczas morderczego procederu (Łaszczycza, 2016, s. 128). Podobnie zachowuje się większość internautów podczas wyszukiwania informacji w sieci. Zamiast po wyszukaniu niewielkiej porcji informacji racjonalnie z niej skorzystać, zazwyczaj staramy się zgromadzić jej tak wielkie ilości, że nie jesteśmy w stanie ich przetworzyć w czasie, jaki mamy do dyspozycji.

Metafora *kuny w kurniku* obrazuje zachowanie człowieka w kulturze nadmiaru – zderzenie naturalnych mechanizmów z presją współczesnego konsumpcyjnego społeczeństwa sieciowego. W warunkach nadmiaru informacji koncentrujemy się na bezsensownym dalszym jej poszukiwaniu, zaniedbując praktyczne wykorzystanie. Efektywne funkcjonowanie w świecie nadmiaru informacji i towarów wymaga więc kształtowania nowych kompetencji: ukierunkowanego na cel wyszukiwania informacji, jej selekcji i następnie racjonalnego wykorzystania.

Na problem ten – w skali globalnej – zwrócił uwagę prof. Łukasz Turski (2017), który w swoim artykule zatytułowanym *Triumf nieuctwa* znakomicie zdiagnozował obecną sytuację w obszarze edukacji. Profesor winą za światowy kryzys obarczył systemy edukacyjne poszczególnych krajów, które nie zrealizowały swojej najważniej-

szej powinności – nauczania racjonalnego wykorzystywania źródeł internetowych. Jak słusznie zauważył Ł. Turski: „zdolność oddzielania prawdy od chłamu jest ważniejsza niż znajomość logarytmów czy historii wojen i powstań” (2017). Szkoła powinna zatem wyposażać uczniów w filtr pozwalający odróżniać prawdę od fałszu, treści poprawne od zwykłej nieprawdy i głupoty. Trudno się nie zgodzić, że postmodernistyczna ideologia zakładająca rezygnację z prawdy, dopuszczenie wielu prawd – eufemistycznie nazywanych *narracjami*, a obecnie funkcjonowanie *postprawdy*, w połączeniu z wychowaniem w przekonaniu o braku jakichkolwiek stabilnych reguł doprowadziły do ukształtowania człowieka bezgranicznie ufającego przekazom medialnym i bezrefleksyjnie przyjmującego medialne informacje.

Współczesny *homo mediens* jest więc bardziej typem bezkrytycznego konsumenta mediów niż intelektualnie nastawionego twórcy. Zjawisko to przybrało obecnie wymiar ogólnoświatowy, a na określenie tego typu uczestnika medialnego świata dziennikarz, eseista, krytyk masowej kultury – Mariusz M. Czarniecki (2003) – już przed wieloma laty zaproponował określenie *mediota*, czyli medialny idiota, samo zaś zjawisko nazwał mediotyzmem. Słowo *idiota* nie ma tu obraźliwego charakteru – wywodzi się od greckiego *idiotes*, oznaczającego *niespecjalistę, ignoranta*, człowieka o niskich lub wręcz żadnych kompetencjach.

Mediotyzm oznacza sposób funkcjonowania w medialnym świecie, charakteryzujący się brakiem krytycyzmu w odbiorze treści, co więcej – akceptowaniu tzw. śmietnika medialnego z przekonaniem, że różnorodność przekazów jest dowodem pluralizmu i bogactwa medialnych treści (Rogulska, 2012, s. 100). Sytuacja ta stanowi niewątpliwie edukacyjne wyzwanie – walki z mediotyzmem, którą można by podjąć np. w ramach formalnie jednak nieistniejącej obecnie edukacji medialnej.

MEDIALNY ŚWIAT CYFROWYCH TUBYLCÓW

Medialne zaangażowanie cyfrowych tubylców w rozmaitych kategoriach wiekowych jest przedmiotem licznych analiz, badań i raportów. Ze względu na ograniczone ramy niniejszego artykułu odwołajmy się tylko do trzech najnowszych raportów.

Pierwszy z nich, zrealizowany przez Instytut Millward Brown na zlecenie Wydawnictw Szkolnych i Pedagogicznych, opublikowany w grudniu 2015 roku, zatytułowany *Jak żyją i uczą się gimnazjaliści, a jak – licealiści?* zwraca uwagę na całkowite zatarcie się u młodego pokolenia granic między światem realnym (offline) i wirtualnym (online) – życie towarzyskie, rodzinne i uczuciowe toczy się najczęściej jednocześnie w obu tych przestrzeniach (WSiP, 2015). Jest to jedynie potwierdzenie tezy o istnieniu tzw. świata hybrydowego, powstałego z połączenia świata realnego i wirtualnego (zob. Morbitzer, 2016).

Drugim raport, zrealizowany przez Fundację Dzieci Niczyje w roku 2015, zatytułowany *Korzystanie z urządzeń mobilnych przez małe dzieci w Polsce*, dotyczy korzystania z mediów elektronicznych przez dzieci w wieku od 6 miesięcy do 6,5 lat. Już sam

przedział wiekowy respondentów jest niepokojący. Z raportu wynika, że 26 proc. polskich dzieci w wieku od 6 miesięcy do 6,5 lat posiada własne urządzenia mobilne, a 64 proc. z nich korzysta z takich urządzeń, w tym 25 proc. – codziennie. Badania pokazują, że 69 proc. rodziców udostępnia dzieciom urządzenia mobilne, kiedy muszą zająć się własnymi sprawami; 49 proc. z nich stosuje to jako rodzaj nagrody dla dziecka (Bąk, 2015, s. 7).

Bezkrytyczne przyzwalanie dzieciom na korzystanie z mobilnych urządzeń doprowadziło do powstania licznej grupy tzw. tabletowych dzieci, które nie rozstają się z tabletem bądź smartfonem. Urządzenia te towarzyszą im nieustannie, z nimi zasypiają, uczą się, jedzą. Szacuje się, że takich dzieci jest już w Polsce około 10 proc. (Romanowska i Lis, 2015). Badania dowodzą, że im wcześniejszy jest kontakt dziecka z mediami elektronicznymi, tym większe prawdopodobieństwo nieprawidłowego rozwoju mózgu. *Tabletowe dzieci* to najmłodsze pokolenie *homo mediens*, które przyjdzie do szkoły nie tylko z inaczej ukształtowanym mózgiem, ale też z trudnymi do zmienienia szkodliwymi nawykami nieustannego *bycia* w medialnym świecie.

Trzeci, opublikowany w grudniu 2016 roku raport pt. *Nastolatki 3.0. Wybrane wyniki ogólnopolskiego badania uczniów w szkołach* (NASK, 2016) ukazuje funkcjonowanie polskich nastolatków w medialnym świecie. Raport w pełni potwierdza tytułowe założenie o tym, że współczesny uczeń to *homo mediens*. Z opublikowanych badań wynika, że ok. 30 proc. nastolatków jest – niezależnie od miejsca pobytu – nieustannie podłączonych do globalnej sieci, która jest dla nich podstawowym narzędziem komunikacji. Z tego medium 93,4 proc. badanych korzysta codziennie. Młodzi ludzie zdecydowanie preferują technologie mobilne – głównym narzędziem do łączenia się z Internetem jest smartfon, którego dodatkową zaletę stanowi fakt, że jest on jedynie w małym stopniu kontrolowany przez rodziców. Najczęściej wykorzystywanym źródłem informacji jest portal Wikipedia oraz wyszukiwarka Google.

Pokolenie nastolatków jest zakochane w mediach społecznościowych – 78,1 proc. badanych korzysta z nich codziennie, a 94,6 proc. posiada tam swoje profile. Badani najczęściej publikują na nich swoje zdjęcia i filmy, a jednocześnie nieliczni są twórcami treści internetowych (np. na YouTube). Zdecydowana większość nastolatków (79,7 proc.) deklaruje bardzo częste (codzienne lub kilka razy w tygodniu) wykorzystywanie Internetu w celach edukacyjnych. Jawi się jednak pytanie o efektywność tej formy aktywności, gdyż – jak przyznają – nie zawsze wiedzą, gdzie szukać rzetelnych, wartościowych materiałów.

Medialny wizerunek młodego pokolenia nie byłby pełny bez choćby krótkiego odniesienia się do telewizji. Jest to medium wykorzystywane głównie przez dzieci, ale obrazy telewizyjne dostępne są również w Internecie. Poza tym, nie tyle istotna jest tu sama telewizja, ale kultura obrazu, w jakiej wychowuje się współczesne młode pokolenie.

Włoski medioznawca, politolog i filozof, Giovanni Sartori zwraca uwagę, że telewizja „wytwarza obrazy i niszczy idee, tym samym osłabia zdolność myślenia abstrakcyjnego i wraz z nią całą naszą zdolność rozumienia” (Sartori, 2007, s. 27).

Naukowiec podkreśla, że – szczególnie w odniesieniu do dzieci – telewizja szkodzi zarówno zdrowiu, jak też rozwojowi emocjonalnemu i poznawczemu. Stanowi ona jeden z ważniejszych czynników negatywnie wpływających na rozwój inteligencji emocjonalnej i poznawczej.

Podobny pogląd, połączony z druzgoczącą krytyką telewizji, przedstawił w swojej pracy *Teleogłupianie. O zgubnych skutkach oglądania telewizji (nie tylko przez dorosłych)* francuski neurobiolog Michel Desmurget, stwierdzając, że „najnowsze badania ukazują telewizję jako gigantyczną maszynę ogłupiającą, nieprawdopodobny instrument do odmóżdzenia, którego pierwszymi ofiarami są dzieci” (2012, s. 89). Badacz wskazuje na takie negatywne konsekwencje oddziaływania telewizji, jak niszczenie zdolności abstrakcyjnego myślenia, przyczynianie się do zubożenia języka i kultury, trudności z czytaniem, pisanem i liczeniem, zaburzenia koncentracji i zachowania, ograniczenie aktywności fizycznej, degradacja nawyków żywieniowych i związane z tym zwiększenie ryzyka otyłości, niższa jakość snu, pogorszenie szkolnych osiągnięć, a nawet ochłodzenie stosunków rodzinnych (s. 49). Przestrzega, że w ostatecznym rozrachunku okazuje się, że zagrożona jest całość przyszłości intelektualnej, kulturalnej, edukacyjnej i zawodowej dziecka.

Na negatywny wpływ telewizji na procesy wychowania i uczenia się zwraca również uwagę niemiecki pedagog Rainer Patzlaff. Podkreśla on, iż:

stałe oglądanie telewizji działa jak narkotyk. Prowadzi do trwałych zmian osobowości, które w wypadku dzieci i młodzieży (wbrew obiegowym sądom!) nie stymulują rozwoju, lecz przeciwnie, pod wieloma względami hamują go w bardzo zasadniczy sposób. (Patzlaff, 2008, s. 15)

Niezależnie od wykorzystywanego medium współczesny uczeń żyje w coraz gorętszym środowisku medialnym, na które składa się nadmiar bodźców, nadmiar informacji i łatwo dostępne *gorące treści*, w tym treści pornograficzne (Morbitzer, 2015). Szkodliwym skutkiem przebywania w przegrzonym środowisku medialnym jest stopniowa przemiana człowieka racjonalnego w człowieka emocjonalnego (*homo affectus*), przy czym u ludzi młodych przemiana ta następuje szczególnie szybko.

Jak pokazano, współczesny uczeń – *homo mediens* – jest, z wielu względów wynikających z silnej immersji w medialnym świecie, uczniem całkowicie odmiennym od swoich rówieśników sprzed dziesięciu czy więcej lat. To uczeń korzystający z mediów, ale też uczeń, dla którego optymalnego rozwoju potrzebne jest nowe środowisko edukacyjne.

HOMO MEDIENS JAKO UCZEŃ

Zmiana neuronalnej budowy mózgu przedstawicieli młodego pokolenia oznacza inny sposób przetwarzania informacji. W połączeniu z odmienną sytuacją społeczno-kulturową i niebывалym rozwojem technologii, który doprowadził do utraty mo-

nopolu na przekazywanie wiedzy przez nauczycieli i szkoły jako instytucji, koniecznością jest radykalna zmiana systemów edukacji.

Żyjemy w czasach nieustannych zmian, nazwanych przez Z. Baumana (1925-2017) epoką płynnej nowoczesności (2011), w których – jak pisze – „sztuka surfowania zdezonizowała sztukę zgłębiania” (2012, s. 46). Nowa epoka to nowe zadania dla współczesnej edukacji. Konieczne jest zarówno merytoryczne przygotowanie ucznia do życia w warunkach zmienności, jak i do jej (owej zmienności) psychicznej akceptacji.

Najważniejszą zmianą w edukacji jest przełożenie akcentów z nauczania (w oczywisty sposób wiążącego się z adaptacją do istniejących sytuacji) na uczenie się, które staje się jedynym sposobem nadszarpnięcia za szybko zmieniającą się rzeczywistością i bycia *na bieżąco*. Kanadyjski badacz Internetu Don Tapscott trafnie podkreśla, że „tak naprawdę liczy się teraz nie to, co wiemy, ale to, jak poruszamy się w cyfrowym świecie, i to, co potrafimy zrobić z informacjami, które znajdujemy” (2010, s. 237). Oznacza to konieczność kształtowania nowych kompetencji – współczesny uczeń powinien być krytycznym poszukiwaczem informacji oraz – przede wszystkim – architektem wiedzy, którą będzie zmuszony samodzielnie budować z pozyskanych z sieci informacji. Umiejętność uczenia się z wykorzystaniem źródeł internetowych należy do tzw. kluczowych kompetencji XXI wieku.

We współczesnej edukacji coraz większego znaczenia nabierają kompetencje miękkie, takie jak umiejętność współpracy, racjonalne gospodarowanie własnym czasem, komunikatywność, kreatywność, empatia i wymieniona wyżej umiejętność uczenia się. Jest to dla edukacji duże wyzwanie, gdyż silnie zakorzenione ujęcie ilościowe, związane głównie z kształtowaniem kompetencji twardych, jest nie tylko dla szkoły i nauczycieli łatwiejsze, ale też wygodniejsze. Kompetencje miękkie są zdecydowanie trudniej mierzalne, ale coraz bardziej cenione na rynku pracy.

Edukacja musi budować pomost między dominującymi dotychczas kompetencjami twardymi a nabierającymi znaczenia kompetencjami miękkimi. Nie wykluczają się one bowiem wzajemnie, lecz przeciwnie – wzajemnie się wspierają, a często kompetencje miękkie ułatwiają zdobycie kompetencji twardych i są ich koniecznym uzupełnieniem. Edukacja nowego typu ucznia – *homo mediens* – wymaga nowych kompetencji także u nauczycieli. Ideałem byłoby wykorzystanie naturalnych kompetencji medialnych młodego pokolenia i takie ich ukierunkowanie oraz uzupełnienie innymi ważnymi kompetencjami, aby – z jednej strony – zapewnić uczniom realizację pasji i zainteresowań oraz poczucie samorealizacji, z drugiej – dobrze przygotować ich do satysfakcjonującego funkcjonowania na rynku pracy.

ZAKOŃCZENIE

Wraz z rozwojem technologii wkroczyliśmy w świat nowych, a nawet *nowych nowych* mediów – takiego określenia dla mediów społecznościowych użył amerykański pisarz i specjalista w zakresie nauk o komunikacji Paul Levinson (2010). Stopniowo

kolejne generacje, ale też – z własnej inicjatywy – ludzie starsi stają się *homo mediens*. Wkrótce – pomijając marginalne zjawisko tzw. cyfrowego wykluczenia – wszyscy będziemy w większym bądź mniejszym stopniu tą kategorią ludzi, co doprowadzi do radykalnej zmiany w edukacji.

Jak wspomniano, efektywne funkcjonowanie w świecie mediów wymaga nieustannego kształcenia kompetencji w obszarze techniki, ale też i pielęgnowania świata wartości, w szczególności permanentną troskę o zachowanie równowagi między warstwą techniczną i kulturową. Równowaga ta jest niezbędnym warunkiem bycia człowiekiem prawym, zachowującym podstawowe wartości, co stanowi istotę człowieczeństwa. Rozwój technologii, także tych medialnych, przynosi coraz większe ułatwienia życia i tylko nasza mądrość będzie chronić człowieka przed uleganiem pokusie dalszego zniewolenia przez technologie. Istotnym elementem jest tu także zwykła uczciwość – np. unikanie plagiatów i dbałość o własny holistyczny rozwój. Prawdziwą wartością będzie człowiek *homo mediens sapiens* – człowiek medialny mądry. Droga do tego ideału jest jednak daleka, gdyż ciągle jeszcze tkwimy w epoce fascynacji technicznymi możliwościami nowych mediów przy jednoczesnym braku koniecznej refleksji nad ich odpowiedzialnym i racjonalnym wykorzystywaniem.

LITERATURA

- Bauman, Z. (2011). *44 listy ze świata płynnej nowoczesności*. Kraków.
- Bauman, Z. (2012). *O edukacji. Rozmowy z Riccardo Mazzeo*. Wrocław.
- Bąk, A. (2015). *Korzystanie z urządzeń mobilnych przez małe dzieci w Polsce. Wyniki badania ilościowego*. Pobrano z lokalizacji: <http://nck.pl/media/attachments/317250/Korzystanieiez%20urz%C4%85adze%C5%84%20nmobilnych.pdf>
- Czarniecki, M.M. (2003). *Medioci: czy nie jesteś jednym z nich? Przewodnik dla odbiorców telewizji, prasy, radia, kaset wideo, Internetu*. Warszawa.
- Desmurget, M. (2012). *Teleoślepienie. O zgubnych skutkach oglądania telewizji (nie tylko przez dorosłych)*. Warszawa.
- Friedrich, R., Peterson, M. i Koster, A. (2016). *The Rise of Generation C*. Pobrano z lokalizacji: <http://www.strategy-business.com/article/11110?pg=all#authors>
- FYI on “What is the Internet?”. (2017). Pobrano z lokalizacji: <https://tools.ietf.org/html/rfc1462>
- Instytut badawczy NASK [NASK]. (2016). *Nastolatki 3.0. Wybrane wyniki ogólnopolskiego badania uczniów w szkołach*. Pobrano z lokalizacji: <http://akademia.nask.pl/badania/RAPORT-Nastolatkiwybranewynikibadanogolnopolskich.pdf>
- Internetworldstats.com. (2017). Baza danych. Pobrano z lokalizacji: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

- Levinson, P. (2010). *Nowe, nowe media*. Kraków.
- Łaszczycza, P. (2016). Kuna w kurniku i biologia nauczania, czyli o tym, jak neurodydaktyka włącza się do sporu o szkołę. *Przegląd Pedagogiczny*, 1.
- McLuhan, M. (2004). *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Warszawa.
- Morbitzer, J. (2014). Refleksje pedagogiczne na temat intelektualnej kondycji cyfrowych tubylców. *Psychologia Wychowawcza*, Tom 47, 5.
- Morbitzer, J. (2015). *O efekcie cieplarnianym w edukacji*. W J. Morbitzer, D. Morańska i E. Musiał (red.), *Człowiek – Media – Edukacja*. Dąbrowa Górnicza.
- Morbitzer, J. (2016). Współczesna przestrzeń obecności człowieka – między realnością a wirtualnością. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Pedagogika*, 13.
- Patzlaff, R. (2008). *Zastygłe spojrzenie. Fizjologiczne skutki patrzenia na ekran a rozwój dziecka*. Kraków.
- Prensky, M. (2016). *Digital Natives, Digital Immigrants*. Pobrano z lokalizacji: <http://marcprensky.com/articles-in-publications/>
- Polak, M. (2016). *Cyfrowi tubylcy i imigranci*. Pobrano z lokalizacji: <http://www.edunews.pl>
- Postman, N. (2004). *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*. Warszawa.
- Rogulska, A. (2012). *Media globalne – media lokalne. Zagadnienia z obszaru pedagogiki medialnej i edukacji regionalnej*. Kraków.
- Romanowska, D. i Lis, E. (2015). Tabletowe dzieci. *Newsweek*, 31.
- Russel, K. (2017) *25 Steve Jobs Quotes That Will Change the Way You Work – in the Best Way Possible*. Pobrano z lokalizacji: <https://www.themuse.com/advice/25-steve-jobs-quotes-that-will-change-the-way-you-work-in-the-best-way-possible>
- Sartori, G. (2007). *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*. Warszawa.
- Small, G. i Vorgan, G. (2011). *iMózg. Jak przetrwać technologiczną przemianę współczesnej umysłowości*. Poznań.
- Tapscott, D. (2010). *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*. Warszawa.
- Turski, Ł. (2017). *Triumf nieuctwa*. Pobrano z lokalizacji: <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/triumf-nieuctwa/86hjhlv>
- Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne [WSiP] (2015). *Diagnoza WSiP. Jak żyją i uczą się gimnazjaliści, a jak – licealiści?*. Warszawa.

WSPÓŁCZESNY UCZEŃ JAKO *HOMO MEDIENS* – EDUKACYJNE IMPLIKACJE

Słowa kluczowe: homo mediens, kultura, technika, Internet, media, cyfrowi tubylcy, cyfrowi imigranci, technopol

Streszczenie: w artykule przedstawiono charakterystykę współczesnego młodego człowieka – ucznia, który ze względu na silne zanurzenie w medialnym świecie może być określany jako *homo mediens*. Przywołano kilka raportów obrazujących to zjawisko. Sformułowano warunki dobrego funkcjonowania w świecie mediów – równowagę między warstwą techniczną i kulturową. Naszkicowano zasadnicze kierunki przemian w edukacji niezbędnych dla prawidłowej realizacji procesu kształcenia tej nowej kategorii uczniów.

CONTEMPORARY STUDENT AS *HOMO MEDIENS* – EDUCATIONAL IMPLICATIONS

Keywords: homo mediens, culture, technology, Internet, media, digital natives, digital immigrants, technopoly

Abstract: The article presents the characteristic of young modern man – a student, who due to strong immersion in the world of media, can be called *homo mediens*. Few reports which illustrate this phenomenon are referred to. A condition for the proper functioning in the world of media – the balance between technical and cultural layers – are formulated. The main directions of changes in education, necessary for the proper implementation of the learning process for this new category of students, were outlined.