

JACEK PYŻALSKI



Pedagog, profesor Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, uczestnik i koordynator ok. 60 krajowych i międzynarodowych projektów badawczych, głównie dotyczących zachowań ryzykownych młodzieży (w tym online, ze szczególnym uwzględnieniem cyberprzemocy) oraz kompetencji i warunków pracy nauczycieli. Był reprezentantem Polski w konsorcjach międzynarodowych dotyczących cyberprzemocy, wpływu wyglądu i wizerunku online na funkcjonowanie i zdrowie młodzieży oraz European Network for Problematic Usage of the Internet. Autor wielu publikacji, m.in. *Agresja elektroniczna wśród dzieci i młodzieży* oraz *Agresja elektroniczna i cyberbullying jako nowe ryzykowne zachowania młodzieży*.

DOMINIK BATORSKI



Socjolog i data scientist, łączący pracę naukową w Interdyscyplinarnym Centrum Modelowania Matematycznego i Komputerowego Uniwersytetu Warszawskiego z działalnością doradczą i biznesową. Jest współzałożycielem i członkiem zarządu Sotrender. Specjalizuje się w badaniach sieci społecznych oraz procesów zachodzących w sieciach, w tym interakcji ludzi z treściami i dyfuzji informacji. Naukowo zajmuje się także badaniem zmian społecznych i gospodarczych związanych z upowszechnieniem nowych technologii. Jest współautorem badań *Diagnoza społeczna i Cyfrowa gospodarka*. Od 2014 organizuje meetupy Data Science Warsaw.

BARBARA MICHALSKA



Pedagożka, socjoterapeutka, terapeutka pedagogiczna, certyfikowana terapeutka ręki. Współzałożycielka i trenerka fundacji EduKABE. Prowadzi zajęcia z zakresu wyznaczania dziecku granic w oparciu o szacunek i zrozumienie oraz szkolenia dotyczące zapobiegania przemocy i wykorzystywaniu seksualnemu. Trenerka w zakresie bezpieczeństwa w internecie. Edukatorka w ramach projektu Cyfrowobezpiecni.pl – Bezpieczna Szkoła Cyfrowa. Trenerka w zakresie bezpieczeństwa online dzieci i młodzieży z grupy ryzyka w ramach projektu SocialWeb SocialWork. Współtwórczyni publikacji: *Karty do diagnozowania gotowości szkolnej* i *Wychowanie do życia w cyfrowym świecie. Przewodnik dla nauczycieli i nie tylko*.



Jacek Pyżalski
Dominik Batorski
Barbara Michalska

INTERNET I OTOCZENIE KOMUNIKACYJNE

Wprowadzenie

Tematyka związana z funkcjonowaniem młodych ludzi online wydaje się wielu osobom oczywista i niewymagająca specjalnego namysłu. Panuje powszechne przekonanie społeczne o szczególnej roli, jaką młodzi ludzie nadają wykorzystaniu tego medium w swoim życiu, silnym wpływie użytkowania internetu na wszystkie sfery życia młodego pokolenia, tj. naukę, sposób spędzania wolnego czasu, relacje rówieśnicze, relacje z dorosłymi oraz szereg postaw społecznych.

Poglądy o młodych ludziach w sferze internetu są często mieszanią medialnych uproszczeń, pozornie oczywistych sądów oraz wybiórczych danych empirycznych z badań pozbawionych głębszej interpretacji. Taki rodzaj spojrzenia, charakterystyczny dla wiedzy potocznej, w sporym zakresie wpływa także niestety na dyskurs naukowy. Często w tekstach naukowych pojawiają się sądy niezweryfikowane empirycznie, a także takie, które stoją w oczywistej sprzeczności z dotychczasowymi danymi uzyskanymi w badaniach. Dotyczy to choćby stwierdzeń o masowym zaangażowaniu młodych ludzi w zachowania dysfunkcyjne online czy o powszechnych wysokich kompetencjach cyfrowych młodego pokolenia¹.

Jest tak przede wszystkim dlatego, że intensywne badania społeczne dotyczące roli internetu w życiu młodych ludzi są prowadzone stosunkowo od niedawna – możemy mówić w przybliżeniu o dwóch dekadach eksploracji naukowej, a należy pamiętać, że w tym okresie internet bardzo mocno się zmienił. W interpretacjach psychologicznych i socjologicznych króluje podejście bazujące na założeniach

¹ J. Pyżalski, *The Digital generation gap revisited: constructive and dysfunctional patterns of social media usage* [w:] A. Costabile, B. Spears (red.), *The impact of technology on relationships in educational settings*, New York 2012; idem, *Od paradygmatu ryzyka do paradygmatu szans – prospołeczne i prorozwojowe używanie internetu przez dzieci i młodzież* [w:] M. Tanaś (red.), *Nastolatki wobec internetu*, Warszawa 2016; idem, *Młodzi internauci a edukacja medialna – dlaczego musimy odejść od miejsca, w którym jesteśmy* [w:] W. Skrzydlewski (red.), *Kultura. Edukacja. Technologia kształcenia. Konteksty nowomediálne*, Poznań 2017.

determinizmu technologicznego, a także rozważania, jak internet wpływa na jednostkowe i społeczne funkcjonowanie młodych ludzi, przy jednoczesnym niedocenianiu bogactwa czynników kontekstualnych, w tym również tych związanych z bardzo niejednorodnymi sposobami korzystania z sieci.

W rzeczywistości jednak obraz jest dużo bardziej złożony, a interpretacja tego, co młodzi ludzie robią online, nieoczywista. Po pierwsze, oprócz pytania o to, jak internet wpływa na młodych ludzi, równie zasadne jest pytanie o to, jak młodzi ludzie wykorzystują internet i jak go kształtują. Zamiast postrzegać internet jako czynnik, który wpływa na młodych ludzi, można go rozpatrywać jako obszar ich funkcjonowania oraz narzędzie, które może służyć zaspokajaniu ich potrzeb społecznych. W takim rozumieniu sferę internetu można bardziej traktować jako lustro, w którym odbija się to, jacy młodzi ludzie są i co robią offline. Oczywiście lustro to, ze względu na swoje właściwości, może nieco modyfikować odbicie, zasadniczo jednak nie ulega ono zmianie – internet jest tu raczej przestrzenią działania niż jego przyczyną. Po drugie, nie da się ujednoclić obrazu młodych. Jest to grupa bardzo zróżnicowana i niejednorodna, dodatkowo korzystająca z internetu na wiele różnych sposobów.

W tym kontekście musimy też pamiętać o obecnej koegzystencji mass mediów (telewizja, radio, prasa) i mediów społecznościowych (internet). Młody człowiek jest więc z jednej strony odbiorcą ujednoczonych komunikatów nadawanych przez centralnych nadawców, z drugiej zaś ma dostęp do dużo szerszego zasobu treści online, z których może korzystać, selekcjonując je i sam tworząc według własnych potrzeb². Dodatkowo nowe media nie eliminują starych (tradycyjnych), lecz przejmują one wzajemnie od siebie określone właściwości, co sprawia, że granice pomiędzy odrębnymi dotychczas mediami zacierają się. Mówimy w tym kontekście o zjawisku konwergencji³.

Co więcej, we wszystkich grupach wiekowych, także wśród młodych ludzi, badania wykazują spore różnice w zakresie wykorzystania internetu. Nie wynikają one, jak jeszcze kilkanaście lat temu, z problemów ekonomicznych (ceny sprzętu i łącza internetowego), lecz z kompetencji w zakresie korzystania z internetu w sposób przynoszący pożytek użytkownikowi i jego otoczeniu społecznemu. Dodatkowo chodzi tu przede wszystkim nie o kompetencje techniczne, tylko o kompetencje cyfrowe związane ze społecznym wykorzystaniem internetu⁴. Jedni więc używają internetu dysfunkcyjnie i szkodliwie, a inni – bardzo konstruktywnie i twórczo. Niemniej większość młodych użytkowników jest bardzo przeciętna w tym zakresie – ani nie wykorzystuje szczególnie potencjału, jaki niesie to medium, ani nie angażuje się w poważne zachowania ryzykowne związane z jego stosowaniem. Istotne z perspektywy badań naukowych, ale także działań o charakterze praktycznym (przede wszystkim edukacyjnych) jest pytanie o to, jakie czynniki jednostkowe i społeczne mogą taki wpływ internetu moderować i jakie są możliwości wykorzystania tych czynników w praktyce społecznej⁵. Tym właśnie problemem w możliwie pogłębiony sposób chcemy się zająć w naszym tekście.

Naszego artykułu nie należy traktować jako przeglądu badań dotyczących internetu i jego roli w życiu młodych Polaków. Jest to zbiór przemyśleń na temat istotnych

² P.M. Valkenburg, J. Peter, J.B. Walther, *Media effects: Theory and Research*, „Annual Review of Psychology” 2016/67.

³ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2017.

⁴ J. van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, Warszawa 2010.

⁵ J. Pyżalski, *Od paradygmatu...*, op. cit.; idem, *Młodzi internauci...*, op. cit.

naszym zdaniem obszarów funkcjonowania młodych ludzi, w których internet odgrywa znaczącą rolę. Omawiamy te sfery, ilustrując rozważania wybranymi wynikami ważnych i aktualnych badań. Dokonując wyboru, postanowiliśmy zająć się zwłaszcza tymi aspektami funkcjonowania młodych ludzi związanymi z internetem, o których mówi się w sposób szczególnie stereotypowy. Koncentracja na tych zagadnieniach jest bardzo istotna, gdyż zastosowanie w praktyce takiej uproszczonej, stereotypowej, a zarazem nieprawdziwej diagnozy prowadzi do błędnych decyzji i wyznaczania niewłaściwych priorytetów związanych z różnymi sferami polityki społecznej odnoszącej się do młodych ludzi. Z tego powodu uważamy, że pogłębiona, oparta na wynikach badań refleksja jest w tym obszarze konieczna. W tekście koncentrujemy się głównie na wynikach dotyczących młodych ludzi w okresie adolescencji (także wczesnej) lub młodych dorosłych. Jest to bardzo istotna grupa, gdyż znajduje się stosunkowo blisko dorosłości, a jej dorosłe życie może być w sporym zakresie kształtowane przez wcześniejsze doświadczenia z internetem. Doświadczenia te mają także oczywisty wpływ na to, w jaki sposób internet będzie wykorzystywany społecznie przez młodych dorosłych, co z kolei przetoży się na jakość społeczeństwa informacyjnego w Polsce.

Młodzi internauci w Polsce – podstawowe wzory wykorzystania medium

Prawie wszyscy młodzi Polacy korzystają z internetu. Według danych Eurostatu za 2018 rok robi to 99% osób w wieku 16–24 lat. Dla porównania w innych krajach UE z sieci korzystało 98% osób z tej grupy wiekowej. Tak więc młodzi Polacy używają internetu nieco częściej niż ich europejscy rówieśnicy, choć na poziomie całej populacji różnice są odwrotne – z internetu w 2018 roku korzystało 78% Polaków i 85% Europejczyków. Co więcej, młodzi Polacy korzystają z internetu niezwykle intensywnie. 97% deklaruje, że robi to codziennie, podczas gdy w UE jest to średnio 95%, a w Polsce we wszystkich grupach wiekowych codziennie korzysta z internetu tylko 64%.

Młodzi znacznie częściej niż starsi użytkownicy korzystają z urządzeń połączonych z internetem poza domem lub miejscem nauki czy pracy. Robi tak aż 90% z nich, podczas gdy średnia w Polsce w 2018 roku wynosi 49%. Dla porównania: w najmłodszej grupie wiekowej w UE średnia wynosi 92%. Dominuje korzystanie z mobilnego dostępu za pomocą smartfonów – w Polsce w 2018 roku internetu w nich używało 89% osób w wieku 16–19 lat.

Warto tutaj podkreślić tendencję, którą potwierdziły wyniki najnowszych badań EU Kids Online zrealizowanych także w Polsce⁶, czyli rosnącą rolę łączenia się z internetem za pomocą urządzeń mobilnych, co dominuje w grupie użytkowników w wieku 9–17 lat (codziennie lub prawie codziennie łączy się z internetem za pomocą telefonu komórkowego/smartfona ośmiu na dziesięciu użytkowników w tej grupie wiekowej). Oczywiście tendencja do wzrostu znaczenia internetu mobilnego była już widoczna w innych realizowanych w Polsce badaniach, w różnych grupach wiekowych⁷.

⁶ J. Pyżalski et al., *Polskie badania EU Kids Online 2018. Najważniejsze wyniki i wnioski*, Poznań 2019.

⁷ D. Batorski, *Technologie i media w domach i w życiu Polaków. Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków – Raport*, „Contemporary Economics” 2015/9(4); R. Lange, J. Osiecki, *Raport z badań. Nastolatki wobec Internetu*, Warszawa 2014; M. Tanaś et al., *Nastolatki 3.0. Wyniki ogólnopolskiego badania nastolatków w szkołach*, Warszawa 2016.

Potwierdzają to także obserwacje w innych krajach⁸. Warto przy okazji zwrócić uwagę na wyraźne odwrócenie tendencji w ciągu ostatniej dekady. Według badań EU Kids Online wcześniej głównie korzystano z internetu stacjonarnego, a z internetu mobilnego – w niewielkim stopniu⁹. Z najnowszych analiz wynika, że bezprzewodowy dostęp do sieci dominuje, a wyraźnie spadła częstotliwość korzystania z internetu stacjonarnego (np. prawie co piąty użytkownik w wieku 9–16 lat nigdy lub prawie nigdy nie łączy się z internetem za pomocą komputera stacjonarnego/laptopa)¹⁰.

Warto zwrócić uwagę na konsekwencje, jakie ta dominacja mobilności przynosi w obszarze społecznego i psychologicznego wymiaru bycia online, a tym samym funkcjonowania młodych ludzi w szerszym kontekście. Bycie online nie jest – jak jeszcze kilkanaście lat temu – działaniem wyraźnie odrębnym (surfowanie w sieci) od funkcjonowania offline. Mamy tu raczej do czynienia z wieloma różnymi sposobami bycia online, odmiennymi jakościowo. Jest ono przeplecione z różnymi codziennymi czynnościami, jak nauka, uprawianie sportu, zwiedzanie etc. Odbywa się często w tle (np. podczas uprawiania sportu z urządzeniem monitorującym naszą aktywność) lub w formie krótkich, fragmentarycznych aktywności (sprawdzenie czegoś, reakcja w portalu społecznościowym itp.). Dla analityków podejmujących kwestię roli internetu w życiu młodych ludzi czy planujących uwzględnienie cyfryzacji w ważnych obszarach, na przykład w środowisku edukacyjnym, to bardzo istotne ustalenia. Wskazują one na coraz większą rolę rozważań dotyczących jakości wykorzystania sieci, a nie koncentracji na wymiarze ilościowym (czas spędzany w sieci). Wyraźnie także warto w interpretacjach rezygnować z wciąż powszechnego myślenia stawiającego granicę między tym, co realne (twarzą w twarz), a tym, co wirtualne (nieprawdziwe, płynne). Zmiany w samym internecie, jak i w społecznych wzorach jego wykorzystania wskazują raczej na konieczność stosowania bardziej neutralnych określeń, jak online i offline, które choć rozróżniają wymiary funkcjonowania młodych ludzi, to nie robią tego w sposób ocenny. Zresztą potwierdzają to badania wybranych postaw młodych ludzi. Jedynie 8% z nich odpowiada, że czasami, a około 7% – że często w internecie łatwiej im być sobą w porównaniu z sytuacjami, gdy spotykają się z bezpośrednio¹¹.

Zanim przejdziemy do omówienia tego, w jaki sposób młodzi Polacy korzystają z internetu, przyjrzyjmy się roli szkoły w edukacji cyfrowej i budowaniu kompetencji.

Szkoła wobec technologii cyfrowych

Wobec systemu edukacji formalnej na całym świecie kierowane są dwa główne oczekiwania związane z wykorzystaniem technologii cyfrowych. Po pierwsze, że zostaną one włączone w procesy edukacyjne i dzięki temu podwyższą ich jakość i wyniki nauczania. Po drugie, że działania szkoły przetożą się na wzrost kompetencji cyfrowych młodych ludzi, czyli będą oni potrafili wykorzystać potencjał technologii zarówno w życiu jednostkowym, jak i społecznym.

⁸ Pew Research Center, *Teens, Social Media & Technology 2018*, 2018, <<http://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>> [dostęp: 16.11.2018].

⁹ L. Kirwil, *Polskie dzieci w Internecie. Zagrożenia i bezpieczeństwo na tle danych dla UE. Wstępny raport z badań EU Kids Online przeprowadzonych wśród dzieci w wieku 9–16 lat i ich rodziców*, Warszawa 2010.

¹⁰ J. Pyżalski et al., op. cit.

¹¹ Ibidem.

Jeśli idzie o pierwsze oczekiwanie, to z wielu znaczących analiz empirycznych wynika, że nie jest ono zrealizowane¹². Na podstawie danych z raportu OECD z roku 2015¹³ można wysnuć wniosek, że powiązanie pomiędzy wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych w szkole a wynikami edukacyjnymi nie jest tak oczywiste, jak mogłoby się wydawać. Stwierdzono bowiem, że ci uczniowie, którzy używają komputerów w szkołach, uzyskiwali tylko nieco lepsze wyniki niż ci, którzy robią to rzadko. Jednocześnie uczniowie bardzo często używający komputerów w szkole mieli w większości wskaźników dużo niższe wyniki nauczania. Takie niejednoznaczne i zaskakujące dla wielu dane dotyczące związków wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych z wynikami edukacyjnymi pojawiają się w wynikach wielu projektów badawczych¹⁴.

Przyczyn takiego stanu rzeczy może być przynajmniej kilka. Po pierwsze, wskazuje się, że samo wyposażenie sprzętowe szkół i dobre łącza internetowe nie są wystarczające. Liczy się jakość zastosowania technologii, bezpośrednio powiązana z kompetencjami nauczycieli, którzy muszą umieć z takich narzędzi cyfrowych korzystać w sferze zawodowej. Niestety, bardzo często myślenie osób i instytucji wspierających cyfryzację edukacji tych kwestii nie uwzględnia. Główny nacisk kładzie się na to, jaką infrastrukturę (np. szybki internet) czy jaki sprzęt (np. tablice multimedialne, tablety, roboty edukacyjne) wprowadzić do szkół. Doskonale widać to obecnie w Polsce, gdy głównym działaniem podejmowanym w ramach tworzenia Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (OSE) jest budowa infrastruktury dostępowej i samo zapewnianie dostępu¹⁵. Jednocześnie niektóre konkretne rozwiązania edukacyjne wykorzystujące ten sprzęt (np. uczenie programowania) wprowadzane są arbitralnie, bez empirycznych dowodów, że forma tych działań i ich metodyka rzeczywiście podwyższają jakość edukacji.

W cytowanym już raporcie OECD podano następujące wyjaśnienia niewielkiego związku inwestowania w technologię w szkołach z wynikami w nauce:

- Przeszacowuje się kompetencje cyfrowe głównych uczestników procesu: uczniów i nauczycieli. Na wyrost przyjmuje się, że będą oni umieli kompetentnie wykorzystywać technologie w środowisku edukacyjnym.
- Technologie mogą zakłócać stosunki międzyludzkie, wraz z kluczową relacją nauczyciel–uczeń. To z kolei może być przeszkodą w budowaniu głębokiego, koncepcyjnego rozumienia treści edukacyjnych.
- Brakuje powszechnej akceptacji dla założenia, że technologie powinny być wprowadzane do środowisk edukacyjnych na podstawie dobrze przemyślanych koncepcji pedagogicznych.
- Niewiele jest rozwiązań pedagogicznych, które czynią z technologii skuteczne narzędzia edukacyjne.
- Jakość cyfrowych materiałów edukacyjnych jest niewystarczająca.

¹² S. Livingstone, *Critical reflections on the benefits of ICT in education*, „Oxford Review of Education” 2012/38(1); J. Jasiewicz et al., *Nowe media w polskiej szkole*, Warszawa 2013; OECD, *Students, computers and learning. Making the connection*, 2015, <<http://www.oecd.org/education/students-computers-andlearning-9789264239555-en.htm>> [dostęp: 18.11.2018].

¹³ Raport OECD *Students, computers and learning. Making the connection* bazuje na badaniach PISA (Programme for International Student Assessment).

¹⁴ Por. S. Livingstone, op. cit.

¹⁵ Por. informacje na stronie: <<https://ose.gov.pl/>>.

Wcześniejsze diagnozy ukazywały dosyć pesymistyczny obraz polskiej szkoły w zakresie stosowania nowych technologii¹⁶. Choć kilka lat temu nauczyciele intensywnie korzystali z technologii cyfrowych, to jednak przede wszystkim na własne potrzeby – do przygotowania lekcji i sprawdzianów. Nie używali komputerów i internetu podczas pracy z uczniami, a nawet nie promowali wykorzystania tych technologii do odrabiania prac domowych przez uczniów. Nauczyciele byli gotowi co najwyżej do wykorzystania internetu jako narzędzia komunikacji z rodzicami¹⁷. Również nowsze wyniki badań nauczycieli wskazują, że w połowie polskich szkół nie były stosowane żadne technologie cyfrowe¹⁸. Tam, gdzie z kolei je stosowano, w znacznym stopniu bazowały one na aktywności nauczyciela (prezentacje multimedialne czy tablice interaktywne). Tylko połowa polskich szkół sięgała do cyfrowych zasobów edukacyjnych. Wyjątkowo rzadko natomiast wykorzystywane były aplikacje mobilne i e-booki. Z drugiej strony blisko ośmiu na dziesięciu polskich nauczycieli wskazywało, że zastosowanie technologii cyfrowych podczas zajęć zwiększa zaangażowanie uczniów. Podobnie zresztą uważała znacząca większość uczniów i rodziców, którzy także byli respondentami w tym projekcie. Wyniki badań nauczycieli nie są więc spójne z wynikami badań uczniów, którzy w 100% zadeklarowali korzystanie z technologii cyfrowych (20% codziennie, 40% kilka razy w tygodniu, 40% raz w tygodniu). Uczniowie potwierdzili natomiast dominującą rolę nauczania frontального, z dominującą rolą podającego treści nauczyciela, z wykorzystaniem technologii (nauczyciel prezentuje treści multimedialne).

Badania EU Kids Online z 2018 roku potwierdzają ten pesymistyczny obraz. Okazuje się, że bardzo wielu uczniów przyznaje, że w szkole nie korzysta z internetu nawet w prostym zakresie. Aż 78% nigdy lub prawie nigdy nie używa go do kontaktu z nauczycielami, a prawie 85% nie umieszcza nic na szkolnym forum czy w grupie dyskusyjnej (często prawdopodobnie dlatego, że w wielu miejscach takie rozwiązania nie są w szkołach stosowane)¹⁹.

Należy również podkreślić, że większość dzieci zaczyna używać technologii cyfrowych, jeszcze zanim rozpocznie naukę w szkole podstawowej. W 2015 roku z internetu korzystało już dwie trzecie sześciolatków, a wiek inicjacji cyfrowej ciągle się obniża²⁰. Komputery i urządzenia cyfrowe są dużo dostępniejsze w domach niż w szkole – komputer z podłączeniem do sieci ma ponad 95% dzieci i młodzieży. Również czas, jaki w domu może być przeznaczony na ich wykorzystanie, ograniczony jest w znacznie mniejszym stopniu. Dlatego też dzieci i młodzież o wiele więcej czasu spędzają, wykorzystując technologie poza szkołą niż w jej murach. Jednocześnie rodzice bardzo szybko przestają uczestniczyć w tym, w jaki sposób dzieci korzystają z internetu – już w przypadku dziewięciolatków więcej jest dzieci korzystających z sieci bez nadzoru niż tych, które robią to pod opieką rodziców. Dla rodziców udostępnienie dzieciom technologii cyfrowych jest często sposobem na „kupowanie sobie spokoju i czasu wolnego”²¹.

¹⁶ J. Jasiewicz et al., op. cit.; M. Plebańska (red.), *Polska szkoła w dobie cyfryzacji. Diagnoza 2017*, Warszawa 2017, <<https://www.librus.pl/2017/10/12/polecamy-raport-z-najwiekszego-badania-cyfryzacji-szkol/>>.

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ J. Pyżalski et al., op. cit.

²⁰ D. Batorski, *Dzieci z sieci – dostęp i korzystanie z internetu przez dzieci w wieku przedszkolnym* [w:] J. Pyżalski (red.), *Małe dzieci w świecie technologii informacyjno-komunikacyjnych – pomiędzy utopijnymi szansami a przesadzonymi zagrożeniami*, Łódź 2017.

²¹ Ibidem.

Nie poświęcając czasu na korzystanie z sieci z dziećmi, w mniejszym stopniu kształtują ich zainteresowania i kompetencje. W konsekwencji większość dzieci uczy się korzystać z internetu poprzez własne doświadczenie i wymianę doświadczeń z rówieśnikami.

W związku z tym ważnym problemem jest również to, że szkoła nie promuje mądrego korzystania z internetu w domu²². Czas spędzany z komputerem w szkole stanowi tylko niewielki procent tego, ile czasu dzieci i młodzież spędzają w sieci. W sytuacji, gdy ani szkoła, ani znaczna część rodziców nie starają się wpyływać na to, w jaki sposób dzieci ten czas wykorzystują, młode pokolenie zostaje na tym polu praktycznie pozostawione samo sobie. To przede wszystkim rówieśnicy mają wpływ na to, jak dzieci i młodzież używają internetu.

Internet jako źródło informacji

Sieć jest dla młodych nie tylko narzędziem podtrzymywania kontaktów, ale również głównym źródłem informacji i wiadomości o świecie. Według danych Eurostatu w 2017 roku 69% młodzieży w wieku 16–19 lat czytało internetowe serwisy informacyjne i gazetowe. Młodzi Polacy robią to nieco częściej niż ich rówieśnicy z innych krajów europejskich (średnia 64%). W grupie wiekowej 20–24 lat jest to 80%, natomiast w starszych grupach wiekowych – tylko 64%.

Młodzi rzadziej niż osoby dorosłe sięgają po media tradycyjne. W 2015 roku 46% osób w wieku 16–24 lat oglądało telewizję przez przynajmniej dwie godziny dziennie, wśród osób powyżej 60 roku życia odsetek wyniósł ponad 70%²³. Należy jednak pamiętać, że treści z mediów tradycyjnych są często dostępne online²⁴. Zamiast oglądać telewizję młodzi oglądają filmy w serwisach internetowych, takich jak YouTube, a także – choć zdecydowanie rzadziej – w serwisach płatnych. W 2018 roku według danych Eurostatu oglądanie treści wideo w sieci deklarowało 83% młodych Polaków i tylko 46% dorosłych. Choć samo medium się zmienia, to jednak zachowania młodych ludzi nie są aż tak bardzo odmienne od zachowań starszych pokoleń. Większe znaczenie mają różnice w treściach, jakie w tych mediach są dostępne, o czym więcej piszemy w części poświęconej internetowym liderom opinii.

Należy też podkreślić, że istotne znaczenie w docieraniu do wiadomości i treści wideo w internecie mają serwisy społecznościowe. Często to dopiero poprzez Facebook lub inne serwisy społecznościowe użytkownicy trafiają na strony portali informacyjnych²⁵.

Takie wykorzystanie internetu przekłada się również na jego ocenę przez młodych ludzi. Przeglądając się społecznej roli internetu, zauważyć można, że rośnie jego przydatność i użyteczność w perspektywie oceny użytkowników i użytkowniczek. Coraz więcej osób wskazuje go między innymi jako jedno z wielu źródeł komunikacji, jak i pozyskiwania informacji. Ich podejście do informacji dostępnych w sieci nie jest jednak bezkrytyczne. Najświeższe spojrzenie na ten aspekt wnosi Digital News Report 2018 przygotowany przez Reuters Institute for the Study of Journalism na Uniwersytecie

²² Por. J. Jasiewicz et al., op. cit.

²³ D. Batorski, *Technologie...*, op. cit.

²⁴ J. Pyżalski et al., op. cit.

²⁵ D. Batorski, *Social filtering on the Internet – a new mechanism of content curation and its consequences*, „Studia Medioznawcze/Media Studies” 2015/3(62).

Oksfordzkim²⁶. Na podstawie ankiety YouGov, przeprowadzonej wśród ponad 74 000 internetowych odbiorców wiadomości w 37 krajach, w tym ponad 2000 osób w Polsce, aż 41% Polaków w wieku 18–24 lat wskazuje na ogólne zaufanie do wiadomości, a w wieku 25–34 lat – 40%. Z analizy odpowiedzi udzielanych w tym badaniu wyłania się podział na informacje wyszukiwane przez media społecznościowe i za pomocą przeglądarek internetowych. W przedziale wiekowym 18–24 lat 29% badanych ufa wiadomościom, które pojawiają się w mediach społecznościowych, gdy zaś informacja zostanie znaleziona za pomocą wyszukiwarki internetowej, poziom zaufania wzrasta do 34%. Podobną tendencję zauważyć można w przedziale wiekowym 25–34 lat: zaufanie w przypadku wiadomości znalezionych za pomocą wyszukiwarki internetowej wynosi 35%, a gdy informacja pojawia się w mediach społecznościowych, zaufanie spada do 32%. Dla porównania: w przedziale wiekowym 55 i więcej lat zaufanie do newsów wyszukanych za pomocą przeglądarek to 53%, w przypadku mediów społecznościowych – 43%. Według Digital News Report do najczęściej wykorzystywanych mediów społecznościowych wśród osób w przedziale wiekowym 18–24 lat należą: Facebook – 83%, YouTube – 77%, Instagram – 45%, Twitter – 24%, a w przedziale wiekowym 25–34 lat: Facebook – 80%, YouTube – 79%, Instagram – 29%, Twitter – 18%.

Z tego raportu wynika również, że wśród Polek i Polaków spada traktowanie Facebooka jako źródła informacji. Najczęściej podawane powody, dla których odrzuca się w Polsce wykorzystanie Facebooka do wyszukiwania informacji, to: zmiana algorytmów wyświetlania treści, obawa o prywatność, dyskusje nacechowane mową nienawiści i trudności związane z weryfikowaniem informacji pod kątem ich prawdziwości.

Według badań Kantar Public 48% dorosłych Polaków przyznaje, że ma styczność z fake newsami codziennie lub prawie codziennie, a 27% twierdzi, że takie nieprawdziwe informacje napływają do nich co najmniej raz na tydzień. Problem ten dotyczy również młodych ludzi, a może nawet zwłaszcza ich, gdyż badani Polacy dostrzegają w mediach społecznościowych – chętniej wykorzystywanych przez młodych – większą ilość nieprawdziwych informacji. Aż 79% Polaków badanych przez Kantar Public uważa, że fakszywe newsy i dezinformacja stanowią zagrożenie dla demokracji (49% odpowiedzi „zdecydowanie tak”, 33% – „raczej tak”). Internet jako miejsce pozyskiwania informacji pośredniczy niewątpliwie w budowaniu światopoglądu i opinii młodego człowieka. Przestrzeń cyfrowa, będąca narzędziem udostępniania różnorodnych treści, może zarówno wzmocnić, jak i podważyć poglądy młodego człowieka.

Internetowi liderzy, celebryci i idole młodzieży

W ostatnich latach do szerokiego grona idoli współczesnych dzieci i nastolatków – poza aktorami i piosenkarzami – dołączyli również tzw. mikrocelebryci. Jeszcze kilka lat temu byli to przede wszystkim blogerzy, obecnie jednak przekaz wideo ma znacznie większą grupę odbiorców niż słowo pisane. Większość ważnych dla młodego pokolenia mikrocelebrytów to youtuberzy. Dzieci i nastolatki spędzają czas w sieci, grając w gry i oglądając ogólnodostępne nagrania typu „zrób to sam”, tutoriale bądź tzw. hauls zakupowe, bohaterowie tych materiałów stają się więc realnymi idolami. Niekiedy swoją popularnością przebijają niejedną stawę ze świata kina. Na stronie apynews.pl na

²⁶ N. Newman et al., *Digital News Report 2018*, 2018, <<http://www.digitalnewsreport.org/>>.

bieżąc aktualizuje się ranking youtuberów, czyli zestawienie najpopularniejszych i najbardziej lubianych twórców internetowych w Polsce. Na liście można odnaleźć takie informacje, jak liczba subskrypcji kanału, dzienny i tygodniowy przyrost fanów, a także liczba wyświetleń. Oprócz youtuberów, którzy swoją aktywność kierują na działania charytatywne i rozwijające pasje, są i tacy, którzy – jak podaje Mira Suchodolska – „[...] z agresji, hejtu oraz sadyzmu i wulgaryzmów uczynili sobie sposób na życie. Dostatnie życie. Model biznesowy jest prosty: im więcej werbalnej przemocy, przekleństw i wirtualnej krwi, tym większy ruch na ich kontach. I tym większe pieniądze – z reklam, sprzedaży gadżetów, z biletów na spotkania, gdzie będzie On. Wielki Gimper, IsAmUxPompa, TheNitroZyniak lub inni współcześni bohaterowie dziecięcej wyobraźni”²⁷.

Niezależnie od indywidualnego stosunku i prywatnej opinii każdego/każdej z nas, youtuber i bloger to znacząca postać w świecie młodego człowieka. W raporcie Natalii Hatałskiej i T-Mobile²⁸ przedstawiono perspektywę internautów, odbiorców blogów i samych twórców. Jaki obraz się z niego wyłania? Czytanie blogów deklaruje 33% badanych i choć nadal są one w czołówce, to jednak w porównaniu do danych z badania z 2014 roku nastąpił wyraźny spadek czytelnictwa, przynajmniej na poziomie deklaracji – o 6 punktów procentowych (z 39%). Szybko rośnie za to popularność wideoblogów, które w 2016 roku oglądało 29% respondentów. Najczęstszymi odbiorcami blogów i wideoblogów są osoby w przedziale 15–18 lat, z których blisko połowa jest czytelnikami blogów, a ponad połowa – widzami wideoblogów. W kategoriach tematycznych, które zdobywają największą popularność, znalazły się te, które nawiązują do zdrowia, handmade i DIY (ang. *do it yourself*). Sympatię wzbudzają też blogi i wideoblogi w kategoriach: podróże, kosmetyki i uroda, dom i ogród oraz kulinarne.

Co prawda aż 95% badanych blogerów i youtuberów uważa, że ma wpływ na swoich odbiorców, a 88% wierzy, że zmienia świat, to jednak wśród internautów wizerunek twórców sieciowych nie jest dobry. Może to być efekt rozpowszechnienia informacji o patostreamerach i przekonania o komercjalizacji. Aż 76% internautów uważa, że blogerzy nie mają wpływu na zmiany na świecie, zachowanie, decyzje zakupowe czy postawy społeczne. Statystyka zmienia się, gdy analizuje się wypowiedzi stałych odbiorców blogów i wideoblogów – ta grupa badanych uważa, że blogerzy i youtuberzy znacząco wpływają na zmiany w świecie. Co czwarty badany deklaruje również, że dzięki blogom i wideoblogom wprowadza zmiany w swoim stylu życia, a ponad 20% badanych przyznaje, że pod ich wpływem decyduje, na kogo głosować, oraz zmienia poglądy na określone, często kontrowersyjne tematy (związane z uchodźcami, aborcją etc.).

To pokazuje, że wpływ internetowych idoli młodzieży nie jest powszechny. Są jednak grupy, dla których blogerzy i youtuberzy są istotnym punktem odniesienia. Ich wpływ może być tym większy, im bardziej młodym ludziom brakować będzie innych wzorców i im gorsze relacje będą mieć z pokoleniem dorosłych.

Zmieniająca się forma przekazywania i poszukiwania treści poniekąd ma wpływ na sposób ich tworzenia. O internetowych twórcach i twórczyniach nie można pisać

²⁷ M. Suchodolska M., *YouTuberzy, którzy stworzyli z dzieci bezrozumnych zombie*, „Gazeta Prawna” 06.11.2015, <<https://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/903737.you-tube-vlogerzy-gimper-isamuxpompa-thenitrozyniak-hejt-sposobem-na-biznes.html/>> [dostęp: 25.01.2019].

²⁸ N. Hatałska, *Rola blogerów i youtuberów we współczesnym świecie. Raport*, Gdańsk 2016, <http://blogforumgdansk.pl/downloads/Raport_Rola_blogerow_youtuberow_we_wspolczesnym_swiecie_BFGdansk.pdf/> [dostęp: 25.01.2019].

w kategoriach jedynie negatywnych. Jak na większość zjawisk i trendów, które pojawiają się w społeczeństwach rozwijających się, tak i na pokolenie wideoblogerów i blogerów należy spojrzeć w kategorii zmian, jakie zachodzą. Środowisko to niewątpliwie wypełniło pole brakującej narracji o samym sobie. Znalazło przestrzeń, w której na własnych warunkach może opowiadać o swych pasjach i zamiłowaniach. Może przeciwstawiać się zastanej rzeczywistości i podejmować próby jej zmiany na lepsze. Wiele takich inspirujących postaci można odnaleźć na corocznym Digital Youth Forum (DYF)²⁹, gdzie młodzi ludzie pokazują, jak inaczej, ciekawiej można spojrzeć na znane tematy. Zazwyczaj występujący tam prelegentki i prelegenci to: nastolatki, nierzadko blogerki/blogerzy, vlogerki/vlogerzy, których zaangażowanie w zakresie nowoczesnych technologii może stanowić inspirację dla rówieśników, a także dorośli, podejmujący próbę dialogu budującego i motywującego do zmiany.

Nie wszyscy tak samo – kompetencje i nierówności

Należy podkreślić, że gdy młodzi oceniają własne umiejętności, wskazują na niższe kompetencje cyfrowe, niż się im w powszechnym dyskursie przypisuje. Dotyczy to także kompetencji bardzo podstawowych. W badaniu EU Kids Online jedynie trzy czwarte respondentów w wieku 11–17 lat określiło jako wysokie swoje kompetencje w zakresie instalowania aplikacji mobilnych. A był to i tak najwyższy wskaźnik w zakresie wszystkich kompetencji uwzględnionych w badaniu. W zakresie tworzenia i publikowania w internecie filmów wysoko oceniło swoje kompetencje jedynie czterech na dziesięciu badanych. Z podstawowymi kompetencjami związanymi z korzystaniem z informacji online było jeszcze gorzej. Jedynie około 37% badanych stwierdziło, że łatwo im wybrać najlepsze słowa kluczowe, aby wyszukać coś w internecie, a mniej niż jedna trzecia – że łatwe jest dla nich sprawdzenie, czy informacja znaleziona w sieci jest prawdziwa. Biorąc pod uwagę, że nie badamy tu rzeczywistej sytuacji wdrożenia kompetencji w praktykę, wyniki te należy uznać za bardzo niskie. Po raz kolejny okazuje się, że stereotypowe traktowanie młodych ludzi jako cyfrowych tubylców, kompetentnych w obszarze wykorzystania internetu, jest ślepą uliczką. Oznacza to konieczność planowania i wdrażania rozwiązań edukacyjnych nastawionych na rozwój cyfrowych kompetencji medialnych zarówno w obszarze edukacji formalnej, nieformalnej, jak i pozaformalnej³⁰.

Jeszcze istotniejszych wskaźników ilustrujących nierówności dostarcza analiza rzeczywistych aktywności podejmowanych przez młodych ludzi. Zdecydowaliśmy się tu zacytować szerzej wyniki najnowszych badań EU Kids Online, gdyż są to badania najbardziej aktualne i zrealizowane na reprezentatywnej próbie³¹ (tabela 1).

Z analizy rankingu aktywności podejmowanych online wynika, że do najczęstszych należą te, które nie wymagają zaangażowania odbiorcy i równie dobrze mogłyby być zaspokajane przez media tradycyjne – są to oglądanie filmów (84%) i słuchanie muzyki (77,4%)³². Równie popularna jest komunikacja z rodziną i przyjaciółmi, z którą

²⁹ Forum na temat kreatywnego wykorzystania nowych technologii i bezpieczeństwa online, organizowane w Warszawie przez Fundację Dajemy Dzieciom Siłę z partnerami.

³⁰ J. Pyżalski et al., op. cit.

³¹ Ibidem.

³² Oczywiście istotne w przypadku tych aktywności byłyby treści, z których badani korzystają – jednak nie dysponujemy danymi tego rodzaju.

Tabela 1. Częstotliwość podejmowania przez młodych ludzi wybranych aktywności online

	procent podejmujących aktywność raz w tygodniu lub częściej
1. Oglądałem/am filmiki	84,0
2. Słuchałem/am muzyki online	77,4
3. Komunikowałem/am się z rodziną lub przyjaciółmi	77,3
4. Odwiedzałem/am portal społecznościowy	61,5
5. Grałem/am w gry online (sam/a)	57,7
6. Szukałem/am informacji dotyczących możliwości pracy/nauki	56,2
7. Szukałem/am czegoś do kupienia lub informacji, ile coś kosztuje	56,1
8. Używałem/am internetu do nauki w szkole	47,1
9. Szukałem/am informacji z kraju i ze świata w internecie	41,6
10. Uczestniczyłem/am w grupie online, gdzie ludzie dzielą się swoimi zainteresowaniami/hobby	29,7
11. Używałem/am internetu do rozmowy z ludźmi z innych krajów	22,7
12. Szukałem/am informacji na temat zdrowia potrzebnych mi lub komuś, kogo znam	20,7
13. Dyskutowałem/am online z innymi osobami na tematy społeczne lub polityczne	11,0
14. Przygotowałem/am własne wideo lub muzykę i udostępniłem/am online	10,1
15. Włączyłem/am się w kampanię/protest albo podpisałem petycję online	4,7

N=1249, wiek ankietowanych: 9–17 lat

Źródło: Opracowanie własne za: J. Pyżalski et al., *Polskie badania EU Kids Online 2019. Najważniejsze wyniki i wnioski*, Poznań 2018

bezpośrednio wiąże się korzystanie z portali społecznościowych (61%). Dość popularne – choć warto zwrócić uwagę, że zbliżamy się do wyników w wysokości 50% – jest granie w gry online, szukanie informacji do pracy, nauki czy związanych z zakupami/cenami. Pozostałe aktywności są podejmowane przez mniej niż połowę badanych. Zaskakujące jest to, że wśród nich znajdują się tak pozornie oczywiste działania, jak wykorzystanie internetu do nauki w szkole lub poszukiwanie informacji z kraju i ze świata. Wskaźniki w zakresie tej ostatniej aktywności są nieco wyższe w przypadku starszej młodzieży.

Mniej niż jedna trzecia badanych należy do społeczności online, które zorganizowane są wokół tematyki hobby użytkownika. Przy tej okazji warto zwrócić uwagę, że takie małe zaangażowanie to niekoniecznie rezultat niskich kompetencji cyfrowych,

tylko w ogóle niższego wskaźnika kapitału społecznego. Trudno bowiem, aby ktoś, kto nie ma sprecyzowanych zainteresowań, był członkiem tego typu grup. Tak samo można zinterpretować bardzo rzadkie włączanie się w kampanie/protesty albo podpisywanie petycji online (mniej niż 5%). Aktywności podejmowane przez młodych w internecie są w większym stopniu odbiciem kapitału społecznego i kulturowego, z jakim do internetu oni wchodzi, niż tego, jak korzystanie z sieci wpływa na ich zachowanie.

Podobnie jest z tzw. kreacją treści. Jedyne co dziesiąty badany przygotował własne wideo albo sam nagrał muzykę i umieścił te materiały online. Jest to jednak nie tyle wskaźnik kompetencji cyfrowych, ile raczej samego faktu zajmowania się twórczością, co zawsze było i jest elitarne. Zatem odpowiedzią na problemy rzadkiego podejmowania twórczych i prospołecznych działań w sieci nie mogą być jedynie programy edukacji medialnej, tylko szerzej nakreślone rozwiązania polityki społecznej ze szczególnym naciskiem na mądrą edukację.

Same kompetencje cyfrowe nie są odpowiedzią na wyzwania, jakie niosą nowe technologie. Kluczowe znaczenie mają motywacje oraz kapitał społeczny i kulturowy, które przekładają się na to, jak młodzi wykorzystują internet. Już badania z 2015 roku pokazały, że samo korzystanie z technologii nie ma praktycznie znaczenia dla pozycji na rynku pracy (znalezienia zatrudnienia, osiągnięcia awansu czy zmiany pracy na lepszą lub lepiej płatną)³³. Najważniejsze znaczenie ma to, jak te technologie są wykorzystywane, i dopiero to ma wpływ na efekty.

Wybrane zagrożenia i ryzyka

Mowa nienawiści

Przeprowadzone w 2014 i 2016 roku badania jednoznacznie wskazały, że częsty kontakt z mową nienawiści w otoczeniu przekłada się ostatecznie na niepostrzeżenie mowy nienawiści jako poważnego problemu społecznego³⁴. Według danych z raportu młodzi ludzie w wieku 16–18 lat z mową nienawiści najczęściej spotykali się w internecie. Aż 75% młodych osób zadeklarowało kontakt z treściami antysemitycznymi, 80% – z islamofobicznymi, a 71% – z antyukraińskimi. Po zestawieniu danych z lat 2014 i 2016 daje się zauważyć znaczny wzrost deklaratywnego kontaktu z mową nienawiści. W przypadku treści antysemitycznych wzrost wyniósł aż 15,5%, treści islamofobicznych – 24,5%, a treści antyukraińskich – 24,5%. Wpływ na to mógł mieć przekaz kampanii wyborczych w roku 2015. Bardzo często odwoływano się wówczas w wypowiedziach do zagrożeń związanych z imigracją, rozbudzano lęki przed uchodźcami czy wyznawcami islamu, a także postawy antysemityczne i antyukraińskie.

Warto przyjrzeć się temu, jak wyglądają zgeneralizowana akceptacja przemocy oraz doświadczenia z mową nienawiści w internecie w grupie wiekowej 11–17 lat. Prawie co trzeci badany spotkał się w roku poprzedzającym badanie z mową nienawiści (definiowaną jako nienawistne lub poniżające treści albo komentarze skierowane przeciwko określonym ludziom lub grupom ludzi, np. przeciw mułom, imigrantom, Żydom, Romom), jednocześnie celowo szukało takich komentarzy mniej

³³ D. Batorski, *Influence of new technologies on the labour market – user status and technological unemployment*, „Contemporary Economics” 2015/9(4).

³⁴ M. Winiewski et al., *Mowa nienawiści, mowa pogardy. Raport z badania przemocy werbalnej wobec grup mniejszościowych*, Warszawa 2017.

niż 9% badanych. Bardzo zbliżony odsetek badanych był ofiarą mowy nienawiści skierowanej przeciwko sobie lub społeczności, z której się wywodzi, choć w większości były to przypadki pojedynczych ataków, a nie regularne działanie sprawców³⁵.

Znaczenie gier komputerowych

O grach komputerowych pisze się zazwyczaj przez pryzmat stereotypów. Z jednej strony przedstawia się je z perspektywy zagrożeń związanych z uzależnieniami, ogtupieniem i agresywnymi zachowaniami. Z drugiej jako szansę na rozwój, poprzez wpływ na takie aspekty, jak: szybkość w podejmowaniu decyzji, rozwijanie wyobraźni przestrzennej, analizy faktów czy strategiczne myślenie. Dodatkowo we wciąż dominującym obrazie gry to przestrzeń zarezerwowana dla chłopców i bardzo małej grupy dziewcząt. Jednak przedstawienie tematyki związanej z grami jedynie z perspektywy negatywnych zjawisk nie wyczerpuje tematu. O ile o szkodliwości gier mówi się dużo (liczne badania dotyczą ich ujemnego wpływu na jednostkę), o tyle niewiele jest publikacji, które pokazywałyby pozytywne aspekty wykorzystania gier.

Tymczasem gry mogą pełnić znacznie więcej funkcji, w tym również dydaktyczną. Projektantka gier Jane McGonigal w książce *SuperBetter. Życie to gra, naucz się wygrywać*³⁶ dowodzi, że granie w gry komputerowe może mieć pozytywne przełożenie na zachowania w realnym świecie: od rozwijania kreatywności, polepszenia zdolności wizualnych i przestrzennych, przyspieszenia podejmowania właściwych decyzji pod presją czasu i w stresie, wsparcia dla podzielności uwagi, poprawy skuteczności zbierania i wydajności przetwarzania informacji, optymalizacji szacowania możliwości, nauki tworzenia i realizowania strategii, na elastyczności w jej alternowaniu kończąc. Z kolei Martyna Bakun w pracy *Nurt „empathy games” w niezależnych grach wideo*³⁷ podaje przykłady gier niskonaktadowych, które w przekazie, obrazie i narracji odnoszą się do tematów, które zazwyczaj nie są kojarzone z grami. Osoby tworzące w nurcie *empathy game* poruszają się zwykle po płaszczyźnie poważnej tematyki, nawiązując do autentycznych i realnych problemów. Gry te są często zapisem osobistych doświadczeń autorów lub dotyczą tematów istotnych z punktu widzenia społecznego. Przykłady takich gier to: *Depression Quest* (Zoë Quinn, 2013) z tematem przewodnim choroby psychicznej, *That Dragon. Cancer* (Numinous Games, 2016), poruszająca tematykę choroby nowotworowej i śmierci dziecka, czy *This War of Mine* (studio 11bit, 2014), opowiadająca o wojnie widzianej oczami cywila.

W gry z roku na rok gra coraz więcej osób. Jak podaje portal *Biznes.newseria.pl*: „W gry komputerowe gra kilkanaście milionów Polaków, a wartość polskiego rynku gier wynosi około 1,75 mld zł. Na całym świecie to jeden z najszybciej rosnących segmentów rynku nowych technologii napędzany rosnącymi wymaganiami sprzętowymi gier i oczekiwaniami graczy”³⁸. Grupą docelową najczęściej są młodzi ludzie w wieku 18–25 lat, którzy chętnie uczestniczą w imprezach e-sportowych. Udział w nich, o ile gracz będzie odnosił sukcesy, przekłada się na kontrakty biznesowe,

³⁵ J. Pyżalski et al., op. cit.

³⁶ J. McGonigal, *SuperBetter. Życie to gra, naucz się wygrywać*, Warszawa 2017.

³⁷ M. Bakun, *Nurt „empathy games” w niezależnych grach wideo* [w:] D. Gatuszka, G. Ptaszek, D. Żuchowska-Skiba (red.), *Technokultura: transhumanizm i sztuka cyfrowa*, Kraków 2016.

³⁸ Wypowiedź George’a Woo, eSports Marketing Managera w Intelu, dla agencji informacyjnej *Newseria Biznes*, <<https://biznes.newseria.pl/news/w-gry-komputerowe-gra-ok,p1504252388/>> [dostęp: 25.01.2019].

umowy ze sponsorami, nagrody i zainteresowanie fanów. Z fragmentu raportu firmy badawczej Newzoo (statystyki z 2017 roku), odnoszącego się do graczy w Polsce, wynika, że w sumie jest ich aż 13,4 miliona, przy czym 74% graczy stanowią osoby między 10 a 35 rokiem życia (45% chłopców i mężczyzn, 29% dziewcząt i kobiet).

Gry komputerowe, odpowiednio dobrane do wieku, wprowadzane w świat dziecka na jasnych zasadach (określających między innymi: czas grania, ilość i zakres czasowy przerw, jakie dziecko będzie robiło, sposób postępowania w sytuacji, gdy gra jest online i ktoś z dzieckiem próbuje się skontaktować, porę dnia), mogą być jednym z elementów wpływających na pozytywne zmiany w rozwoju człowieka. Jednak jeśli zabraknie wsparcia i dialogu w wyborze gier dostosowanych na przykład do wieku i wrażliwości dziecka, możemy zakładać, że przyczynią się one do rozwoju negatywnych zjawisk, między innymi takich jak nadużywanie gier online.

Podsumowanie

Nie ulega wątpliwości, co pokazały też przytoczone przez nas dane, że internet jest istotną przestrzenią funkcjonowania młodzieży. Jest ważnym źródłem informacji, dla wielu młodych ludzi ważniejszym od innych mediów, a także źródłem kontaktu z istotnymi grupami odniesienia – rówieśnikami i mikrocelebrytami. Jednocześnie powszechne przekonanie o znaczącym i wyjątkowym wpływie sfery internetu na sposób funkcjonowania młodych jest wyraźnie przesadzone i uproszczone. Internet nie jest obecnie aż tak różny od innych mediów, jak to było jeszcze kilkanaście lat temu, i jego wpływ nie jest aż tak dominujący. Nie ma też obecnie sensu rozróżnienie między światem realnym a wirtualnym, dla większości młodzieży są to po prostu mocno ząębające się elementy tej samej rzeczywistości.

Trudno też mówić o wpływie używania internetu na młodzież ze względu na to, że sposoby korzystania z sieci są bardzo różne. Nie da się ujednoczyć obrazu młodych – jest to grupa bardzo zróżnicowana i niejednorodna, wykorzystująca internet na wiele różnych sposobów. Są tacy, którzy używają internetu dysfunkcyjnie i szkodliwie, ale i tacy, którzy robią to konstruktywnie i twórczo. Jednak większość młodych jest pod tym względem bardzo przeciętna, w małym stopniu wykorzystuje potencjał sieci, ale też nie angażuje się w poważne zachowania ryzykowne związane z jej wykorzystaniem. Mocno zróżnicowane są również kompetencje. Większość młodych ludzi nie korzysta z internetu i technologii aż tak sprawnie, jak im się to w obiegowych opiniach przypisuje. W konsekwencji duże znaczenie mają czynniki różnicujące, które kształtują motywacje i wpływają na to, jak internet jest używany. Kluczowe znaczenie ma tu kapitał społeczny i kulturowy młodych.

Bibliografia

- Bakun M., *Nurt „empathy games” w niezależnych grach wideo* [w:] D. Gatuszka, G. Ptaszek, D. Żuchowska-Skiba (red.), *Technokultura: transhumanizm i sztuka cyfrowa*, Wydawnictwo Libron, Kraków 2016.
- Batorski D., *Dzieci z sieci – dostęp i korzystanie z internetu przez dzieci w wieku przedszkolnym* [w:] J. Pyżalski (red.), *Małe dzieci w świecie technologii informacyjno-*

- komunikacyjnych – pomiędzy utopijnymi szansami a przesadzonymi zagrożeniami, Wydawnictwo Eter, Łódź 2017.
- Batorski D., *Influence of new technologies on the labour market – user status and technological unemployment*, „Contemporary Economics” 2015/9(4). DOI:10.5709/ce.1897-9254.189.
- Batorski D., *Social filtering on the Internet – a new mechanism of content curation and its consequences*, „Studia Medioznawcze/Media Studies” 2015/3(62).
- Batorski D., *Technologie i media w domach i w życiu Polaków. Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków – Raport*, „Contemporary Economics” 2015/9(4).
- Dijk J. van, *Společne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, tłum. J. Konieczny, PWN, Warszawa 2010.
- Hatańska N., *Rola blogerów i youtuberów we współczesnym świecie. Raport*, Urząd Miejski w Gdańsku, Gdańsk 2016, <http://blogforumgdansk.pl/downloads/Raport_Rola_blogerow_youtuberow_we_wspolczesnym_swiecie_BFGdansk.pdf/>.
- Jasiewicz J. et al., *Nowe media w polskiej szkole*, Polskie Bractwo Kawalerów Gutenberga, Warszawa 2013.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2017.
- Kirwil L., *Polskie dzieci w Internecie. Zagrożenia i bezpieczeństwo na tle danych dla UE. Wstępny raport z badań EU Kids Online przeprowadzonych wśród dzieci w wieku 9–16 lat i ich rodziców*, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Warszawa 2010.
- Lange R., Osiecki J., *Raport z badań. Nastolatki wobec Internetu*, NASK, Warszawa 2014.
- Livingstone S., *Critical reflections on the benefits of ICT in education*, „Oxford Review of Education” 2012/38(1).
- McGonigal J., *SuperBetter. Życie to gra, naucz się wygrywać*, tłum. E. Kaniowska, Czarna Owca, Warszawa 2017.
- Newman N. et al., *Digital News Report 2018*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018, <<http://www.digitalnewsreport.org/>>.
- OECD, *Students, computers and learning. Making the connection*, 2015, <<http://www.oecd.org/education/students-computers-andlearning-9789264239555-en.htm>>.
- Pew Research Center, *Teens, Social Media & Technology 2018*, 2018, <<http://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>>.
- Plebańska M. (red.), *Polska szkoła w dobie cyfryzacji. Diagnoza 2017*, Warszawa 2017, <<https://www.librus.pl/2017/10/12/polecamy-raport-z-najwiekszego-badania-cyfryzacji-szkol/>>.
- Pyżalski J., *Młodzi internauci a edukacja medialna – dlaczego musimy odejść od miejsca, w którym jesteśmy* [w:] W. Skrzydlewski (red.), *Kultura. Edukacja. Technologia kształcenia. Konteksty nowomediálne*, WN UAM, Poznań 2017.
- Pyżalski J., *Od paradygmatu ryzyka do paradygmatu szans – prospołeczne i prorozwojowe używanie internetu przez dzieci i młodzież* [w:] M. Tanaś (red.), *Nastolatki wobec internetu*, NASK, Warszawa 2016.
- Pyżalski J., *The Digital generation gap revisited: constructive and dysfunctional patterns of social media usage* [w:] A. Costabile, B. Spears (red.), *The impact of technology on relationships in educational settings*, Routledge, New York 2012.
- Pyżalski J. et al., *Polskie badania EU Kids Online 2018. Najważniejsze wyniki i wnioski*, WN UAM, Poznań 2019.
- Suchodolska M., *YouTuberzy, którzy stworzyli z dzieci bezrozumnych zombie*, „Gazeta Prawna” 06.11.2015, <<https://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/903737.you-tube-vlogerzy-gimper-isa-muxpompa-thenitrozyniak-hejt-sposobem-na-biznes.html/>>.
- Tanaś M. et al., *Nastolatki 3.0. Wyniki ogólnopolskiego badania nastolatków w szkołach*, NASK, Warszawa 2016.
- Valkenburg P.M., Peter J., Walther J.B., *Media effects: Theory and Research*, „Annual Review of Psychology” 2016/67. DOI: 10.1146/annurev-psych-122414-033608.
- Winiewski M. et al., *Mowa nienawiści, mowa pogardy. Raport z badania przemocy werbalnej wobec grup mniejszościowych*, Fundacja Batorego, Warszawa 2017.