

Mariusz Jędrzejko
mariusz@cps.edu.pl
Katedra Pedagogiki Wyższej Szkoły Biznesu
Dąbrowa Górnicza
Centrum Profilaktyki Społecznej
Milanówek

Od Cro Magnon do Facebooka **– wielopłaszczyznowe implikacje cyfrowej rewolucji**

Zgodnie z tezą Karla Junga człowiek jest skazany na rozwój. Progresywny kierunek naszego życia ukazuje się m.in. w perspektywie rozwoju przemysłu samochodowego, wydłużania długości życia, szybkości transmisji danych i liczby cyfrowych kanałów TV. Staliśmy się w wyniku tego rozwoju najbardziej agresywnym gatunkiem na Ziemi, a ucieczka od progresywności i ofensywności jest niemożliwa [zob. Cekiera, 2009, s. 41-50; Bauman 2011, s. 135-148 i 179-185]. Jeśli patrzymy na ów postęp, szczególnie rzucają się w oczy niebывale przeobrażenia w obszarze techniki i technologii, a przede wszystkim bogactwo nowych technologii [Królikowski, 2012, s. 70], tak wielkie, że część z nas przestała już zwracać uwagę na nowe modele pralek, telefonów i laptopów. Tym nowościom towarzyszy ogromny ruch finansowo-ekonomiczny obrazowany m.in. takimi zjawiskami, jak wzrost ofert bankowych, promocje ratalne na cybertechnologie, wiosenne i jesienne modele telefonów komórkowych. Według strategii reklamowych, z których liczna część to kampanie adresowane do młodzieży, młody odbiorca powinien być jak najszybciej pozyskany jako stały klient. Zjawisko to wprowadza młodzież w rytm nieustannego pobudzenia i podekscytowania nowymi smartfonami, aplikacjami i gadżetami. Choć technologiczne produkty nowoczesnego przemysłu są oznaką rozwoju, o tyle silne ich działanie na umysły młodych ludzi prowadzi do nowych zaburzeń [Woronowicz, 2009, s. 481-484; Świat wirtualny a świat realny, 2013, s. 77-78].

Ale jeśli mówimy o rozwoju, jako cesze życia współczesnego człowieka, warto przypomnieć tezę przedstawioną już w połowie lat 50. XX wieku przez Ericha Fromma: [...] *postęp jest możliwy jedynie wtedy, gdy zmiany dokonują się jednocześnie w ekonomicznej, społeczno-politycznej i kulturalnej perspektywie, że każdy postęp ograniczony jedynie do jednej sfery jest destrukcyjny dla postępu we wszystkich sferach* [Fromm, 2012, s. 13-14]. E. Fromm, obserwujący dynamiczny rozwój społeczeństw kapitalistycznych zwrócił uwagę na stan, w którym niektóre obszary rozwojowe tworzą zaburzenia w funkcjonowaniu człowieka, wywołując napięcia, a w skrajnych przypadkach choroby psychiczne. Jeśli te analizy przeniesiemy na wiek XXI, szybko zauważymy, że w okresie ogromnego postępu, nierzadko przytłaczającego odbiorców, zatrzymaliśmy się w rozwoju kulturowym, którego rolą jest m.in. przygotowanie człowieka do korzystania z coraz szerszych wytworów cywilizacji. Wynikiem tego jest stan, w którym cywilizacja wyprzedziła kulturę.

1. Więcej przewlekłych chorób i uzależnień
 2. Ludzie masowo kierują się informacją, a nie refleksyjną wiedzą
 3. W zasobnych demokracjach szybko rośnie liczba zachowań dewiacyjnych i nienormatywnych
 4. Cyberzaburzenia

vis

1. Mamy lepszą opiekę zdrowotną i żyjemy dłużej
 2. Jesteśmy lepiej wykształceni
 3. Społeczeństwa demokratyczne są bardziej zasobne materialnie
 4. Powszechny dostęp do nowych technologii

Grafika 1. Kluczowe zmiany we współczesnym świecie i ich dychotomizm

Źródło: opracowanie własne

Tempo zmian i ofert, szybkość, z jaką rynek wprowadza nowości, z jednej strony świadczy o postępie technologiczno-technicznym, z drugiej jednak strony konieczna jest refleksja nad możliwościami człowieka przyjęcia mnogości tych ofert. Wielu psychologów temu tempu przypisuje jedno z najważniejszych źródeł kluczowego problemu współczesnego człowieka, którym jest stres. Zasadnym jest zatem postawienie następującej tezy-pytania: *czy rozwijający się, ultranowoczesny, hiperaktywny świat XXI wieku nie prowadzi nas do stanu nieustannego pobudzenia, uniemożliwiającego refleksję nad samym sobą, sensem istnienia, życia w nieustannym ruchu?* Podkreślamy ją-je, bowiem bez tej refleksji nad człowiekiem zaczynają panować bezдушna techniczna organizacja i instytucje, a bombardujące informacje zmuszają do podejmowania szybkich wyborów i decyzji.

Tabela 1. Człowiek w relacjach społecznych za pośrednictwem technologii cyfrowych

Problem	Odsetek odpowiedzi TAK	Uwagi
Czy prawdziwą jest teza „Po odczytaniu email lub sms szybko na nie odpowiadam”?	84%	Najwyższy odsetek dotyczył osób w przedziale wiekowym 12-15 lat, najniższy osób w wieku powyżej 50 lat.
Czy prawdziwa jest teza „Gdybym jeszcze raz miał/a odpowiedzieć na ten email lub sms udzieliłbym/am innej odpowiedzi”?	39%	Respondenci w grupie wiekowej pow. 50 lat zadeklarowali udzielenie innej odpowiedzi w 8%, respondenci w grupie 12-15 lat skłonni byli do innej odpowiedzi w skali 61%.
Czy zdarzyło Ci się umieścić w sieci informację (wiadomość, wpis, zdjęcie, film) czego później żałowałeś/aś?	42%	Respondenci z najstarszej grupy wiekowej zadeklarowali 17%, z najmłodszej 76%.

Czy często w jednym czasie wykonujesz wiele różnych czynności z udziałem – za pośrednictwem narzędzi cyfrowych (np. przeglądasz pocztę, uczysz się, oglądasz TV i słuchasz muzyki; wykonujesz czynności zawodowe, przeglądasz portale społecznościowe i informacyjne, używasz komunikatora)?	72%	W populacji najstarszych respondentów uzyskaliśmy wskaźnik 31%, w grupie najmłodszych uczestników badania 89%.
--	-----	--

Źródło: sondaż internetowy przeprowadzony na populacji 1004 respondentów z Mazowsza, Górnego Śląska i Zagłębia w dniach 8-27 maja 2013 roku

Istota tej uwagi, związanej z przeciążeniem i nieustanną zajętością, została zauważona jeszcze w czasach, gdy nikt nie myślał o elektryczności, telefonach czy e-mailach. Seneka pisał tak: *Człowiek zajęty najmniej jest zdalny do życia, ponieważ żadna umiejętność nie jest trudniejsza niż umiejętność życia. Biegłym w innych umiejętnościach jest wszędzie wielu, niektóre z nich nawet młodzi opanowali do tego stopnia, że i sami mogliby innych nauczać.*

Jeśli zatem – a naszym zdaniem nie ulega to wątpliwości – tym, co charakterystyczne dla obecnych czasów jest nieustanna zajętość i wielozadaniowość człowieka oraz konieczność uczestniczenia w coraz większej liczbie czynności, to warto szukać „złotego środka” w świecie przeciążonym informacjami i technologiami. Podkreślmy także, że współczesne nauki, analizując rozwój otoczenia człowieka i jego samego w perspektywie cybertechnologii oraz nowych modeli pracy, zauważają, że tempo przyspieszania jest na tyle duże, iż skutkuje koniecznością nieustannego nadążania za tymi nowościami, ukazując specyficzną cechę XXI wieku – ciągle musimy uczyć się czegoś nowego, a pojęcie nauka permanentna jest wymogiem utrzymania się w „nurcie życia”. Nieprzypadkowo też stawiane są liczne pytania, z których jedno zachowuje szczególną aktualność: *czy charakter tego rozwoju, w jego wszystkich aspektach sprzyja człowiekowi?* Jeden z najaktywniejszych badaczy tej problematyki Jan van Dijk wskazując, że nie wszystko, co najnowocześniejsze dociera równomiernie do wszystkich ludzi, opisuje tę kwestię następująco: *Nowe media pozwalają dobrze poinformowanym obywatelom, pracownikom i konsumentom na lepszą komunikację z instytucjami decydującymi o kształcie życia społecznego (oraz uczestnictwo w ich działalności). Choć teoretycznie powinno to wzmacniać demokrację, nowe technologie są do tego stopnia podatne na centralną kontrolę, że mogą wręcz stanowić zagrożenie dla demokracji* [van Dijk, 2010, s. 12]. Celność tej tezy dostrzegamy analizując takie zjawiska, jak manipulowanie informacją, czynienie z informacji banalnych tematów dnia i tygodnia, krzykliwe epatowanie reklamą w nowych multimediami. Są to nowe wytwory z obszaru inżynierii społecznej i informacji o ogromnej sile oddziaływania na potencjalnego odbiorcę. Istotę i wpływ tego mechanizmu prezentujemy w perspektywie danych uzyskanych w autorskich badaniach.

Tabela 2. Opinie respondentów o reklamie elektronicznej

Problem	Osoby dorosłe	Dzieci i młodzież
Czy reklama zewnętrzna ma wpływ na Pana/Pani decyzje o zakupie konkretnych towarów? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	39%	52%
Czy zapoznaje się Pan/Pani z reklamami towarów umieszczanymi w Internecie? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	21%	43%
Czy reklama internetowa ma wpływ na Pana/Pani decyzje o zakupie konkretnych towarów? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	18%	56%
Czy zdarzyło się w ciągu ostatnich 12 miesięcy, aby reklama elektroniczna skłoniła Pana/Panią do zakupu konkretnego towaru? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	9%	26%
Czy przeglądając strony internetowe wyłącza Pan/Pani reklamy? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	47%	19%

Źródło: sondaż przeprowadzony w dniach 14-19 marca 2013 roku na populacji 328 dorosłych i 317 młodych (14-19 lat) respondentów zrealizowany w warszawskich i śląskich centrach handlowych oraz 34 placówkach oświatowych

Siła wpływu elektronicznej reklamy na młode pokolenie jest w świetle tych danych niekwestionowana, a uwaga powyższa nie pozostaje w sprzeczności z szansami, powstającymi wraz z nowymi technologiami – chodzi raczej o problem ich rozsądnego skonsumowania. Zauważmy zatem, że kluczowe atrybuty, jakimi dysponuje nowoczesny technologiczny świat, czyli przejście od informacji segregowanej i dostępnej w zależności od pozycji społeczno-zawodowej, do informacji powszechnie dostępnej, doprowadziło do stanu zmasowanego *zalewu informacyjnego*. Proces ten nie osiągnął jeszcze swojego apogeum i będzie się nadal rozwijał, gdzieś do 2040 roku, a wynikiem będzie „pełnokrwiste” społeczeństwo informacyjne (*Digital Society*) działające w oparciu o cyfrowe modele realizacji czynności zawodowych, edukacyjnych i komunikacji społecznej. Będzie temu towarzyszyła masowa digitalizacja zasobów informacji i wiedzy. Tym samym osiągnięte zostaną dwa kluczowe cele rewolucji technologicznej: całkowita cyfryzacja wszystkich kluczowych mediów oraz szerokopasmowy transfer danych. Będzie to świat powszechnych Cyfrowych Tubylców [Prensky, 2001, s. 1].

Od Cro Magnion do cyfrowej cywilizacji

Tytułowe Cro Magnion, groty z rysunkami praczłowieka, należą do najstarszych zapisów kultury ludzkiej. Od tego czasu nasi pradziadowie i prababce byli świadkami i uczestnikami kolejnych rewolucji informacyjnych, z których cztery ostatnie stanowią etapy generujące wielkie „wybuchy” edukacyjne: czcionka Gutenberga, telewizja, Internet i telefon komórkowy. Gdyby dokonać porównania różnorodności zadań, czynności i funkcji

wykonywanych oraz wypełnianych przez społeczności pierwotne, elity starożytności, pokolenie lat 80. i 90. XX wieku (współczesnych młodych rodziców) i drugiej dekady XXI wieku (ich dzieci) dostrzeżemy ogromne różnice, ukazujące edukacyjny i intelektualny awans człowieka. Jednak dopiero zmiany przemysłowe i technologiczne doprowadziły do prawdziwej rewolucji. Jednym z jej przejawów jest stan, w którym współczesny nastolatek wykonuje w ciągu doby wielokrotnie więcej czynności niż jego mama i tata, przy czym znacząca część z nich jest „czasem pustym” [Bożejewicz, 2012, s. 44 i dalsze]. Pustka nie oznacza, oczywiście, nicości. Otrzymując nieporównywalnie więcej informacji (najczęściej skrótowych), wykonując ogromną liczbę czynności manualnych (sms, emaile, klikanie na kolejne WWW, „prowadzenie” bohatera w grze), poznawczych i analitycznych, mózg dziecka i nastolatka funkcjonuje w znacząco innym środowisku niż jego rodziców. Stan ten implikuje reakcje, którymi są nie tylko procesy przetwarzania uzyskanych informacji, ale także konieczność odpowiadania na nie, czyli wchodzenia w różne, często złożone interakcje. W świetle współczesnych badań uzasadnionym jest postawienie tezy, że nowe technologie cyfrowe mają wpływ na sposób funkcjonowania mózgu człowieka [Small, Vorgan, 2011, s. 32 i dalsze].

Tabela 3. Nowe problemy przekazu cyfrowego

	Osoby dorosłe	Dzieci i młodzież
Czy segregujecie (modelujecie) Państwo telewizyjny przekaz medialny oglądany przez wasze dzieci? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	75%	-
Czy możecie oglądać w telewizji te same programy i filmy, jakie oglądają wasi rodzice? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	-	68%
Czy włączyliście Państwo filtr rodzicielski w komputerze swojego dziecka? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	11%	-
Czy w Twoim komputerze jest włączony filtr rodzicielski? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	-	7%
Czy wiesz jak obejść filtr rodzicielski? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	-	63%
Czy omijasz filtr rodzicielski założony przez twoich rodziców? (odsetek odpowiedzi twierdzących)	-	43%

Źródło: sondaż przeprowadzony w dniach 14-19 marca 2013 roku na populacji 328 dorosłych i 317 młodych (14-19 lat) respondentów zrealizowane w warszawskich i śląskich centrach handlowych oraz 34 placówkach oświatowych

Powszechny dostęp do mediów, technologii i urządzeń cyfrowych stał się faktem w ciągu ostatniej dekady. Polskie badania wskazują na 90-95% nasycenie gospodarstw domowych telewizorami i 70-80% wyposażeniem w komputery. Liczba ponad 40 milionów telefonów komórkowych (z aktywnymi kartami) w społeczeństwie liczącym 38 milionów

obywateli jest dopełnieniem poziomu upowszechnienia nowych technologii. Społeczeństwo, w którym informacja i wiedza stają się powszechne, łatwo dostępne, stymulowane przez nowoczesne systemy edukacyjne oraz gospodarkę wdrażającą to wszystko, co najnowsze przechodzi w *społeczeństwo wiedzy i informacji*. Jego immanentną częścią są nowe modele komunikacji o charakterze masowym, nieograniczonym, opartym o technologie cyfrowe. Badacze tej problematyki wskazują na specyficzne cechy współczesnych modeli komunikacyjnych i relacji interpersonalnych [zob. Czupryk, 2013, s. 11 i dalsze; Jonscher, 2001, s. 293 i dalsze]: nowe granice dla tego, co intymne i poszerzanie się obszarów samoobnażania; zanik prywatności oraz nowe podejście do publiczności; nowe funkcje interpersonalne cybertechnologii; preferowanie zapośredniczonych form kontaktów interpersonalnych; presja technologii cyfrowych; sieć jako pierwsze źródło informacji o innym człowieku.

Gdybyśmy na polskie społeczeństwo spojrzeli od strony statystycznej, będziemy zatem bliscy stanu modelowego, a jak zauważa Stanisław Juszczyk: *Społeczeństwo wiedzy charakteryzuje się wysokim stopniem skomplikowania procesów społecznych i ekonomicznych, wymagających umiejętnego wykorzystania technik gromadzenia, przetwarzania i przesyłania oraz korzystania z olbrzymiej, nieustannie rosnącej liczby informacji, generowanej w trakcie wymienionych procesów. W takim społeczeństwie informacja, konstruowana z niej w sposób aktywny przez uczących się, wiedza oraz technologie informacyjno-komunikacyjne (TIK) stanowią podstawowe czynniki wytwórcze* [Juszczyk, 2007, s. 27]. Rozwijając tę myśl możemy powiedzieć, że człowiek współczesny opanował stronę technologiczną przekazu informacyjnego i wiedzy w sposób zmierzający do ich masowego upowszechnienia i zastosowania we wszystkich dziedzinach życia. Innymi słowy nie mamy dzisiaj problemu z dostępem do technologii, informacji i wiedzy, dużo trudniej jest jednak z ich wykorzystaniem, umiejętnością segregacji w kategoriach „prawda i fałsz” oraz odpowiednim zastosowaniem w realnym życiu.

Dwa światy

Wraz z upowszechnianiem się technologii cyfrowych, obok świata realnego rozbudowuje się *cyberworld*, w którym realność zamazuje się z fikcją, a część użytkowników ma coraz większy kłopot z odróżnieniem tych obszarów. Analizujący ten problem Jean Baudrillard pisząc o idei hiper-rzeczywistości wskazuje, iż stała się ona ubocznym, nie zaplanowanym skutkiem świata nasyconego mediami [Baudrillard, 1983, s. 19], a w tych przestrzeniach mamy do czynienia z niezwykle zjawiskiem: [...] *ludzie konstruują wiele wariantów samego siebie, które pojawiają się czasem w niespójnych i sprzecznych zestawieniach, zależnych od kontekstów, które często same na siebie zachodzą lub są pozornie niewymiernie* [Barney, 2008, s. 28], w wyniku czego obraz człowieka i jego wytworów „w technologii cyfrowej” jest daleki od rzeczywistości, tak w sensie wizualnym, jak i intelektualnym. Te nowe obrazy uzupełniane są o ogromne ilości informacji i znaków, co wymaga reakcji, przeglądania, otwierania, przewijania. Cechą informacyjnych technologii cyfrowych, zwłaszcza na portalach informacyjnych i społecznościowych, jest zasada: otwarcie jednej informacji tworzy pole (ścieżkę) do niemal nieograniczonej liczby informacji kolejnych (odebrany sms stymuluje wysłanie odpowiedzi; informacja o koncercie piosenkarki

generuje przejście na jej portal, sklep z płytami, listę przebojów). Wszystko po to, aby użytkownik pozostał jak najdłużej w „nowych portach”. W opisywanym tutaj aspekcie mnogości informacji i czynności ujawnia się zjawisko zarejestrowane w kolejnym sondażu.

Tabela 4. Porównanie liczby czynności i informacji w populacjach nauczycieli i uczniów

Problemy	Nauczyciele	Uczniowie szkoły podstawowej	Uczniowie gimnazjum
Średnia dzienna liczba wysłanych informacji w sieciach cyfrowych (email, sms, rozmowa telefoniczna, informacja wysłana przez inny komunikator)	13	26	36
Średnia dzienna liczba informacji odebranych z sieci cyfrowych (email, sms, rozmowa telefoniczna, informacja z innego komunikatora)	24	39	58
Średnia dzienna liczba czynności wykonanych z użyciem technologii cyfrowych w dniu badania*	121	146	197

* Np. otwarcie nowej WWW, przejście na nowy kanał TV, wysłanie sms. Respondenci wypełniali opracowaną przez zespół badawczy „Kartę dziennych czynności i informacji” i zaznaczali każdą nową czynność oraz każdą nową informację napływającą w godz. 7.00 (lub obudzenia się)–21.00. Sondaż przeprowadzony w okresie 5.01-14.03.2013 r. w mazowieckich, podlaskich i łódzkich placówkach oświatowych: populacja badawcza 307 nauczycieli i 328 uczniów z 19 miejscowości.

Przyjmując, że dobową aktywność życiową dzieci jest krótsza (idą spać wcześniej?, śpią dłużej?) niż dorosłych, dysproporcje te są jeszcze większe, ukazując nasycenie młodego pokolenia informacjami i czynnościami cyfrowymi. W świetle licznych polskich badań (np. A. Augustynek, A. Taper, J. Pyżalski) mnożenie czynności i zwielokrotnienie informacji ma oczywisty wpływ na aktywność psychofizyczną dziecka. W cyklu dobowym ma ono coraz mniej czasu na realizowanie czynności wymagających większej refleksyjności i analizowania, natomiast wykonuje coraz więcej czynności pozornie „prostych”, ale zajmujących duże ilości czasu. Jeszcze innym zjawiskiem jest przyspieszenie narracyjne, cecha szczególnie komunikacyjnych technologii cyfrowych – dzieje się to w sytuacji, gdzie teoretycznie media te dają możliwość interakcji z zapewnieniem większej kontroli. To cechy nowego świata naszych dzieci. To wszystko wywołuje istotne implikacje psychologiczne i społeczne oraz może być źródłem licznych zaburzeń [zob. Szmigielska, 2009, s. 15 i dalsze; Barani, 2009, s. 104-107].

Implikacje

Co opisane wyżej zjawiska i problemy mogą implikować? Po pierwsze, będziemy świadkami i uczestnikami rynku, na którym młody (nastoletni) konsument będzie odgrywał

coraz większą rolę. Choć kwota jego zasobów finansowych nie jest indywidualnie wielka, to w masie staje się ogromna, zwłaszcza, że ich „zmaterializowanie” odbywać będzie się tylko w kilku ściśle określonych obszarach (produkty spożywcze, media cyfrowe, gadżety, kultura). Tym samym powiązania rynku producentów i oferentów tych produktów i usług z młodym konsumentem będą coraz silniejsze. W tym obszarze obserwujemy już nowe zjawiska i trendy: powstawanie produktów i usług adresowanych tylko do młodego odbiorcy; reklama adresowana do grup dziecięcych; funkcjonowanie zespołów marketingowych obserwujących zachowania młodego klienta i presumpcja; poszukiwanie nowych produktów i obszarów „zagospodarowania” środków ekonomicznych najmłodszych klientów.

Po drugie, kanały „materializowania” zasobów finansowych cyfrowych tubylców będą dokonywały się w dwóch ścieżkach: w realnych sklepach i na e-zakupach. Tendencje te wzmacniają będą ekonomiczne procesy i zjawiska globalizacyjne, które promując określony produkt na największym rynku świata – w Stanach Zjednoczonych – natychmiast rozpoczynają „stymulację” odbiorców w innych regionach (ma to formę stymulowanego napięcia, podobnie jak przypadku zapowiedzi kolejnych filmów, koncertów). W opinii cytowanego już D. Barneya konsekwencje kulturowej globalizacji zaczynają budzić coraz większy sprzeciw, bowiem globalna kultura prowadzi do zaniku lub znaczącego ograniczenia kultur lokalnych. Autor ten pisze następująco: *Z jednej strony pojawiają się argumenty, że globalizacja stanowi punkt kulminacyjny współczesnej formy wykorzenia, oderwania od pierwotnego środowiska, końcowy etap postępującej homogenizacji znaczących kulturowych różnic, tworzącej pojedynczego, masowego konsumenta kultury wypływającej z konglomeratu ponadnarodowego imperium medialnego Stanów Zjednoczonych [...] Z innej perspektywy obraz jest mniej ponury. Tutaj globalizacja oznacza zjawisko kulturowej różnorodności i hybrydyzacji [...]* [Barney, 2008, s. 35].

Równolegle dzieci i młodzież będą obiektem wielkich cyfrowych uderzeń – informacjami, wzorcami, reklamami, zachętami i sugestiami, a modele reklamy celowej adresowanej do młodego pokolenia będą (jak pokazuje praktyka) ukierunkowane na wywołanie silnych emocji oraz rozbudzanie potrzeby posiadania. Badający te trendy Krzysztof Albin pisze tak: *Powstaje więc pytanie, co koncentruje jego [odbiorcy – MJ] uwagę na tyle długo, by treść przekazu mogła dotrzeć w swych najbardziej interesujących fragmentach. Jeśli tak się stanie – następne emisje przekazu mogą być odbierane dokładniej i z większym zainteresowaniem. Jednak nawet przy coraz większym zainteresowaniu przekazem, komunikacja poprzez reklamę z reguły nie osiąga jakości, która jest standardem w formach komunikacji opartych na kontaktach bezpośrednich. Jego naturalnej elastyczności nie zastąpią żadne formy komunikacji masowej* [Albin, 2002, s. 18].

Jeszcze większym problemem stanie się masowy zalew informacyjny, w którym młody odbiorca będzie miał – bez odpowiedniego przygotowania – problem z rozróżnianiem prawdy od fałszu oraz ustawiania „cyfrowych odpowiedzi i podpowiedzi” w odpowiedniej hierarchii (nadano temu już termin „zaczadzenie informacyjne”). Eugenia Iwona Laska, analizując problematykę dzieciństwa w świecie przesyconym mediami ujmuje to następująco: *Współcześnie zmienia się i poszerza przestrzeń życia dziecka, zmieniają się obszar i rodzaj jego kontaktów (poznawczych, społecznych, emocjonalnych, kulturalnych), pojawiają się nowe źródła o wielce zróżnicowanym charakterze. [...] Dziecko przy*

telewizorze, dziecko przy komputerze, dziecko przy Internecie, w wielu przypadkach często zamyka się w swoim świecie dziecięcej recepcji, dziecięcych prób odczytywania, interpretowania obrazów, akcji przeżywania [Laska, 2007], a znany badacz obszarów sieci Bronisław Siemieniecki uważa, że: *Argument powszechnej dostępności do informacji jest jednym z zasadniczych, na które wskazują entuzjaści wykorzystania komputerów w szkole. Tymczasem tu także mamy złożony, wielowarstwowy problem. Wynika to stąd, że dostęp do informacji jest tylko pierwszym krokiem na drodze do osiągnięcia korzyści, ponieważ wymaga to spełnienia dodatkowego warunku, jakim jest posiadanie umiejętności poruszania się wśród informacji* [Siemieniecki, 2007].

Dostrzegając ogrom szans będący wynikiem przejścia od Cro Magnion do Cyfrowych Tubylców, warto na zakończenie przywołać refleksję Mieczysława Plopy: *Rewolucja informatyczna – Internet – niezwykle podziwiane dziecko współczesnej myśli technicznej stwarza jednocześnie niemożliwe do przewidzenia konsekwencje w dziedzinie rynków pracy, edukacji, masowej indoktrynacji, stylów życia, międzynarodowej przestępczości. Widoczne jest zjawisko dysonansu między szaleńczym tempem przemian cywilizacyjnych a przypisanym człowiekowi rytmem rozwoju osobniczego – dysharmonia między sztywnym, ukształtowanym w toku antropogenezy, zaprogramowanym genetycznie rytmem rozwoju osobniczego a gwałtownymi zmianami w otoczeniu technicznym i społeczno-kulturowym* [Plopa, 2005, s. 14-15].

Bibliografia

- Albin K.: *Reklama. Przekaz – odbiór – interpretacja*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Wrocław 2002
- Baudrillard J.: *Simulations*. Semiotextst(e). New York 1983
- Barani K.: *Rola więzi on-line w życiu społecznym człowieka*. [W:] *Psychologiczne konteksty Internetu*. Red. nauk. B. Szmigielska, Wydaw. WAM, Kraków 2009
- Bauman Z.: *44 listy ze świata płynnej nowoczesności*. Wydaw. Literackie, Kraków 2011
- Barney D.: *Spółeczeństwo sieci*. Wydawnictwo Sic! Warszawa 2008
- Bożejewicz W.: *Zagadnienie cyberprzestrzeni a wynikające stąd problemy etyczne*. [W:] *Człowiek w wielkiej sieci*. Red. nauk. M. Walancik, D. Sarzała. ASPRA-JR, Warszawa 2012
- Cekiera C.: *Człowiek wobec życia i śmierci*. „Cywilizacja” 2009, nr 31
- Czupryk R.: *Aksjologiczne wyzwania cywilizacji medialnej*. [W:] *Świat wirtualny a świat realny*. Red. nauk. J. Zimny. Wydaw. Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Stalowa Wola 2013
- Fromm E.: *Zdrowe społeczeństwo*. Wydawnictwo Vis-a-Vis, Kraków 2012
- Jonscher C.: *Życie okablowane*. Wydaw. Muza, Warszawa 2001
- Juszczak S.: *Dziecko w świecie wiedzy, informacji i komunikacji*. [W:] *Dziecko w świecie wiedzy, informacji i komunikacji*. Red. S. Juszczak, I. Polewczyk. Wydaw. Adam Marszałek, Toruń 2007

- Królikowski J.: *Cywilizacja techniczna i pedagogia chrześcijańska*. [W:] *Komunikacja w cyberswiecie*. Red. nauk. S. Bębas, J. Pils, J. Bednarek. Wydawnictwo WSH, Radom 2012
- Laska E. I.: *Dzieciństwo w świecie mediów – szanse i zagrożenia (wybrane problemy)*. [W:] *Dziecko w świecie wiedzy, informacji i komunikacji*. Red. nauk. S. Juszczak, I. Polewczyk. Wydaw. Adam Marszałek, Toruń 2007
- Pagani L. S.: *Prospective association between early childhood television exposure and academic, psychological, and psychical, well-being by middle childhood*. "Arch. Pediatr. Adolesc. Medicine" 2010, vol. 164 (No. 5)
- Płopa M.: *Wprowadzenie*. [W:] *Człowiek u progu trzeciego tysiąclecia*. Wydawnictwo Elbląskie Uczelni Humanistyczno-Ekonomicznej, Elbląg 2005
- Prensky M.: *Digital Natives, Digital Immigrants* (2001).
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> [dostęp 10.06.2013]
- Siemieniecki B.: *Technologia informacyjna zagrożeniem czy wsparciem dziecka?* [W:] *Dziecko w świecie wiedzy, informacji i komunikacji*. Red. nauk. S. Juszczak, I. Polewczyk. Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007
- Świat wirtualny a świat realny*. Red. nauk. J. Zimny. Wydawnictwo KUL, Lublin 2013
- Small G., Vorgan G.: *iMózg*. Wydaw. Vesper, Poznań 2011
- Szmigielska B.: *Internet jako środowisko edukacyjne*. [W:] *Psychologiczne konteksty Internetu*. Red. nauk. B. Szmigielska. Wydaw. WAM, Kraków 2009
- van Dijk J.: *Społeczne aspekty nowych mediów*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010
- Woronowicz B.: *Uzależnienia*. Media Rodzina, Warszawa 2009