

ANNA POKRZYWA
Warszawa

MŁODZI I MEDIA, A MOŻE MŁODZI = MEDIA? RECENZJA RAPORTU „MŁODZI I MEDIA. ETNOGRAFIA CYFROWEGO ŚWIATA”

Tekst *Młodzi i media. Etnografia cyfrowego świata* to skrócone omówienie raportu z badań „Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze” przeprowadzonych w 2009 roku przez Centrum Badań nad Kulturą Popularną warszawskiej Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej¹. Jest to opis badań i ich rezultatów przeplatany komentarzami badaczy kultury popularnej i indywidualizmu — Marka Krajewskiego i Małgorzaty Jacyno. Jednak to nie wszystko. To także próba nakreślenia portretu współczesnej młodzieży. Portretu, na którym nie sposób nie umieścić nowych mediów, powiązanych z wszystkimi aspektami życia młodych ludzi.

Przed lekturą raportu byłam prawie przekonana, że o nowych mediach — jako ich użytkowniczka od wielu lat — wiem niemal wszystko. Okazało się jednak, że i dla mnie pewne fakty są zupełnie nowe, choć badane nastolatki są niewiele młodsze ode mnie. Różnica między sytuacją mojego pokolenia a pokolenia badanych licealistów polega na tym, że ja i moi rówieśnicy żyliśmy i funkcjonowaliśmy w „czasach analogowych”, czyli w czasach bez mediów cyfrowych i dokładnie je pamiętamy. Dla naszych młodszych kolegów życie bez telefonów komórkowych czy internetu jest trudne do wyobrażenia. Jakkolwiek oba pokolenia są już na stałe

zrosnięte z nowymi mediami, to dla nas korzystanie z nowych mediów wymaga umiejętności nabytych w trakcie życia, a badani licealiści od najmłodszych lat żyli z nimi w ścisłej symbiozie.

Prowadzone pod kierownictwem Mirosława Filiciaka badanie etnograficzne nie miało na celu jedynie poznania praktyk używania nowych mediów przez młodzież, ale przede wszystkim zaobserwowanie szerszych przemian kulturowych, które niewątpliwie zachodzą na skutek korzystania z nich. Badacze odwiedzili trzy miasta w Polsce, w których czekali już na nich zrekrutowani wcześniej (oczywiście dzięki internetowi, a dokładnie — jednemu z portali społecznościowych) licealiści. Największym miastem był Ziemielin (ok. 600 tys. mieszkańców), kolejnym Parna (300 tys.), najmniejszym zaś Zahaczew (14 tys.)². Należy zaznaczyć, że w całym raporcie badane nastolatki są określane jako „współpracownicy”, co podkreśla, że w trakcie badania młodzi ludzie byli traktowani po partnersku, w taki sposób, jakby ich wiedza i doświadczenie były równie cenne jak akademickie przygotowanie badaczy. Czytając opis badań ma się wrażenie, że dzięki serdecznemu i partnerskiemu podejściu badacze wypracowali tak dobrą relację z młodymi współpracownikami, że zachowywali się oni wobec nich autentycznie, a badacze tym samym uzyskali bardziej wiarygodne wyniki badań.

W raporcie z badań autorzy pokazują, w jak wysokim stopniu nowe media przeniknęły życie młodych ludzi, jak bardzo są one dla nich ważne i do jak różnych celów są używane. Można śmiało zaryzykować stwierdzenie, że nie ma takiej sfery życia badanych licealistów, w której

Adres do korespondencji: ankapok@gmail.com

¹ Mirosław Filiciak, Michał Danielewicz, Mateusz Haława, Paweł Mazurek, Agata Nowotny. *Młodzi i media. Etnografia cyfrowego świata*, „Kultura Popularna” 2010, nr 1; pełny tekst raportu zob. <http://bi.gazeta.pl/im/9/7651/m7651709.pdf> — cytaty powoływane dalej w tekście z podaniem strony pochodzą z tego źródła.

² Nazwy miast zostały zmienione, podobnie jak imiona współpracowników.

nowe media, zwane przez badaczy „aktorami”, nie odgrywałyby jakiegś istotnej roli. Telefony komórkowe są nie tylko narzędziem komunikacji z otoczeniem, ale także miejscem przechowywania zdjęć, miejscem zapisywania przypomnień, niemalże pamiętnikiem. W innych sytuacjach zmieniają się w narzędzie do odtwarzania muzyki czy pokazywania znajomym śmiesznych filmików. Internet to nie tylko sposób na bycie w ciągłym kontakcie ze znajomymi, na realizowanie i rozwijanie swoich pasji („zajawek” — rodzaj hobby, który mocno określa tożsamość młodzieży), daje też możliwość zdobywania nowych zainteresowań, szlifowania umiejętności, służy jako niezbędny przyrząd do wymiany szkolnych informacji. Komunikator internetowy Gadu-Gadu umożliwia nie tylko towarzyskie rozmowy „po szkole”, ale także zorganizowanie spontanicznego spotkania większej grupy znajomych, może również pełnić rolę przestrzeni do wielogodzinnej wspólnej nauki przed klasówką. Media towarzyszą młodym w każdej sferze ich życia i o każdej jego porze: o poranku budzik w telefonie sygnalizuje im godzinę ulubioną piosenką, w ciągu dnia bez przerwy słuchają muzyki z odtwarzaczy mp3 („W szkole sprawdzian pisany jest z jedną słuchawką empetrójki w uchu, bo łatwiej się skupić, gdy się i pisze, i słucha”, s. 15) i nieustająco SMS-ują („Wyznanie Marianny — jednej ze „współpracownic” — która deklaruje, iż mimo że w sumie nie lubi pisać SMS-ów, swojemu chłopakowi wysyła ich kilkanaście dziennie. Gdy jest w szkole, robi to na każdej przerwie”, s. 46). Wieczorami spędzają wiele godzin surfując po internecie i tocząc rozmowy na Gadu-Gadu, potem zaspiają z laptopem w łóżku czy dalej słuchają muzyki („Kamilę usypia więc muzyka. Słuchawki w uszach grają przez dwadzieścia minut, a potem, jak już się trochę rozleniwi, wyłącza empeczwórkę, żeby jej się bateria nie rozładowała. I obie idą spać”, s. 31).

Autorzy raportu opisując korzystanie przez młodych ludzi z wielorakich funkcji nowych mediów stwierdzają, iż istnieje przy tym zbiór reguł, do których bezwzględnie stosują się ich użytkownicy. Niepisana zgoda na ich przestrzeganie jest tym bardziej interesująca, że są one przecież zupełnie umowne, intuicyjne. Na

przykład czyjś telefonu można sporadycznie użyć, ale wszelka próba inwigilacji (np. przeczytania zapisanych wiadomości) jest wysoce nieodpowiednia. Jeśli któryś ze znajomych ma do wykorzystania pulę darmowych SMS-ów, jest niejako zobligowany do podzielenia się nimi. Jeżeli chce się okazać komuś sympatię, należy komentować jego zdjęcia na profilach społecznościowych (najczęściej używanym przez licealistów jest portal nasza-klasa.pl), ponieważ niezwracanie na nie uwagi bywa odczytane jako ignorowanie autora.

Badacze odnotowali, że dzielenie się jest bardzo ważnym zjawiskiem związanym z używaniem nowych mediów. Dzielenie się treściami, plikami muzycznymi, filmami, linkami do nowych stron internetowych czy do krótkich filmów na serwisie Youtube.com. Sposób dzielenia się również nie pozostaje przypadkowy. Młodzi nie dzielą się z obcymi ludźmi, tylko z przyjaciółmi; pary dedykujące sobie przesyłane piosenki wyrażają łączące ich uczucie; koleżanki przesyłają sobie zdjęcia wymarzonych ciuchów czy ulubioną muzykę; znajomi polecają strony, które w ich mniemaniu warto są tego, aby obejrzeli je inni. Dzielenie się „służy podtrzymywaniu więzi towarzyskich i działa jak spoiwo relacji bliskości” (s. 77). Użytkownicy poruszają się w internecie po sobie znanych szlakach, tworząc „współinternet”, czyli „okrojony — lecz wspólny i oswojony — wycinek globalnej sieci, która w praktykach jej użycia okazuje się zawsze lokalna” (s. 75). Ten wycinek sieci mocno koresponduje z tym, co dzieje się w świecie realnym, staje się tematem późniejszych bezpośrednich rozmów. Autorzy raportu twierdzą, że dzielenie się treściami w sieci jest nacechowane emocjonalnie i zdecydowanie oddaje relacje panujące w rzeczywistości (jeśli młodzi nie lubią czy nie akceptują jakiegś osoby, to ich aktywność w sieci wobec niej jest niska lub żadna, sympatia zaś objawia się szczególnie częstotliwością podsyłania sobie piosenek, wymieniania się filmami czy komentowania zdjęć na naszej-klasie.pl). Nie należy jednak traktować dzielenia się jako objawu chęci odstąpienia bliskiej osobie znalezionych treści, bo polega ono jedynie na ich mnożeniu. Jest to taki rodzaj dzielenia się, który osobę oddającą

tak naprawdę nic nie kosztuje. Nie rezygnuje ona ze swojej wygody czy jakiegoś przywileju, nie odstępuje danej treści, a jedynie przekazuje ją dalej, zatrzymując jednocześnie przy sobie.

Praktyka dzielenia się plikami pokazuje także, jak zmienił się sposób uczestnictwa młodych w kulturze. Słuchając muzyki w internecie, oglądając ściągnięte filmy, słuchając audiobooków czy doskonaląc znajomość dyskografii ulubionego artysty, bez wątpienia uczestniczą oni w kulturze. Dzięki podłączeniu do sieci mają nieograniczony dostęp do prawie wszystkich dóbr kultury. Doświadczenie „współpracowników” pokazuje, że młodzi ludzie lubią eksplorowanie nowych obszarów muzyki, fotografii czy kinematografii. Mimo że obcowanie z taką kulturą jest dużo mniej wymagające (bo nie ma potrzeby wybrania się do kina, galerii czy na koncert, gdyż namiastkę tego wszystkiego można znaleźć w internecie), młodzi rozwijają swoje pasje w takim samym stopniu co osoby uczęszczające do tych instytucji kultury, a w niektórych przypadkach ich wiedza na dany temat jest większa.

Autorzy raportu przekonują, że mimo iż media wytworzyły nowe formy relacji społecznych, dla młodych osób z nich korzystających najważniejsze pozostają nadal spotkania twarzą-w-twarz. Sugerują, że nowe technologie zintensyfikowały jedynie kontakty między rówieśnikami. Według nich, rzeczywistość *online* jest tylko kontynuacją rzeczywistości *offline*, nie może jej zastąpić. W opinii badaczy ciągle SMS-owanie, rozmowy na Gadu-Gadu, uwiecznianie ważnych momentów na zdjęciach, dzielenie się nimi, aktywność na portalach społecznościowych dowodzą jedynie, że nowe media umożliwiły tworzenie bogatszych relacji między ludźmi. Badacze stanowczo sprzeciwiają się poglądom, według których nowe media powodują, iż młodzi ludzie są wyizolowani, wyobcowani i tak naprawdę samotni. Twierdzą, że nowe media i technologie wzmacniają kontakty na poziomie lokalnym. Dużo łatwiej jest zorganizować wyjście ze znajomymi (przez szybką rozmowę kilku osób na Gadu-Gadu), prościej wypełnić wspólnie czas wolny (np. organizując sesję fotograficzną), znacznie szybciej można dowie-

dzieć się o pracę domową itp.: „fizyczne bycie razem, okazja do rozmowy i wspólnego przeżycia jest wyraźnie umożliwiana i uprawdopodobniana oraz «uefektyniana» przez praktyki dzwonienia, wysyłania SMS-ów, puszczania sygnałów czy używania internetowego komunikatora” (s. 34).

Badaczom udało się nawet namówić „współpracowników” do przeprowadzenia eksperymentu polegającego na nieużywaniu w ciągu całego dnia żadnego spośród nowych mediów. Młodzież mówiła, że był to ciężki eksperyment, który uświadomił im, jak mocno są z mediami związani: „Agata zrelacjonowała etnografowi, że nie była w stanie umówić się ze swoją przyjaciółką Asią na naukę gry na djembe, którą planowały po skończeniu lekcji” (s. 34), inna z dziewcząt skarżyła się, że brakowało jej możliwości przeczytania dawnych SMS-ów od chłopaka, które przechowuje w telefonie; chłopcy narzekali, że skoordynowanie większego spotkania w celu gry w piłkę bez komunikatora Gadu-Gadu okazało się niemożliwe. Pokazuje to, jak bardzo młodzież jest „zrosnięta” z nowymi technologiami i jak korzystanie z nich wpływa na praktyki dnia codziennego.

Najciekawszym fragmentem raportu był dla mnie opis szkoły — ze względu na obecność nowych mediów kompletnie odmiennej od szkoły, którą pamiętam z „czasów analogowych”. Przesyłanie materiałów na klasówkę drogą elektroniczną, wspólne rozwiązywanie zadań na internetowym forum klasowym, wspólne przepytывanie się na zbliżający się sprawdzian przez Gadu-Gadu — to kompletnie nowa szkolna rzeczywistość. Najbardziej jednak zadziwiająca zmiana zaszła w relacji uczeń–nauczyciel. Fakt, że nauczyciele, chcąc być bliżej uczniów, udostępniają im swoje numery telefonów, adresy e-mail, numery Gadu-Gadu, powoduje, że zmniejsza się dystans między stronami, co nie najlepiej wpływa na autorytet pedagogów. Mówi o tym jedna z nauczycielek: „Oni traktują te kanały komunikacji jak każde inne, dla nich to jakby mnie na korytarzu zagadać, ten brak wyczuwalnej przez nich różnicy objawia się tym, że niekiedy dzwonią po dwudziestej trzeciej lub w niedzielę — nauczyłam się już wyłączać dźwięk na noc. Oni nie robią tego z braku szacunku, tylko ponieważ

nie czują granicy, ale upomniani raz czy drugi uznają tę granicę” (s. 120).

Trzeba stwierdzić, że opisywane badanie cechowała innowacyjność i swego rodzaju badawcza odwaga. Spędzenie dwóch tygodni w stałym kontakcie ze „współpracownikami” wymagało cierpliwości i elastyczności. Badacze musieli być naprawdę otwarci w stosunku do „współpracowników” i ich znajomych, skoro udało im się wejść w ich grupy rówieśnicze i nie byli przy tym traktowani jak intruzi. Można się zastanawiać, czy faktycznie da się poznać prawdziwą twarz licealistów w zaledwie dwa tygodnie, zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę, że klasyczne prace etnograficzne powstawały na podstawie kilkumiesięcznego pobytu w terenie. O bogactwie zebranych przez badaczy relacji świadczy jednak dostrzeżenie tego, że licealiści, choć na pozór podobni, różnili się od siebie pod względem zainteresowań, podejścia do szkoły, do znajomych, sytuacjami osobistymi i planami na przyszłość.

Powstają oczywiście pewne wątpliwości. Czym na przykład kierowali się badacze wybierając licealistów z takich a nie innych miast. Korzystanie z dobrodziejstw nowych mediów znacząco różni się w mniejszych miastach i w wielkich zespołach miejskich, takich jak aglomeracja warszawska. Można przypuszczać, że w mniejszych miejscowościach internet jest zdecydowanie bardziej docenianym „oknem na świat” niż w dużych miastach, gdzie młodzież ma dostęp do prawie wszystkich dóbr kultury i że praktyki korzystania z nowych mediów różnią się w tych dwóch grupach. Niestety autorzy, choć wybrali miasta różnej wielkości, nie pokusili się o porównanie stosunku do mediów ich młodych mieszkańców.

Badacze zdecydowali się zawęzić grupę „współpracowników” do uczniów liceów. Powstaje pytanie, czy sposób i zakres korzystania z nowych mediów w innych rodzajach szkół są podobne? Choć liceów ogólnokształcących jest obecnie w Polsce najwięcej wśród szkół ponadgimnazjalnych, to liczba techników także jest znacząca³. Zastanawia, czy uczniowie tego ro-

dzaju szkół są żyłci w podobny sposób z nowymi technologiami. Rodzi się przypuszczenie, że skoro wybrali szkoły techniczne i są lepiej zaznajomieni z nowinkami technicznymi, to ich kompetencje cyfrowe („Chodzi o taką obsługę Windowsa, żeby się nie wieszal, programy szybko się otwierały i system nie łapał wirusów, ale też takie prowadzenie towarzyskiej rozmowy na Gadu-Gadu, żeby interakcję cechowała autentyczność i płynność odczuwalnie zbliżone do rozmowy twarzą-w-twarz z tą samą osobą”, s. 75) mogą być większe. A może nowe media spowodowały inne przemiany kulturowe w tej grupie młodych ludzi?

Zastanawiające jest również, czy istnieje zależność między sposobem wykorzystywania nowych mediów i rodzajem praktyk społecznych, które za tym idą, a poziomem informatyzacji różnych rodzajów szkół. Z danych statystycznych wynika, że licea ogólnokształcące są najlepiej wyposażonymi pod względem liczby komputerów szkołami ponadgimnazjalnymi⁴. Ogromna różnica (ponad 40%) występuje zwłaszcza między nimi a szkołami zawodowymi. Można postawić hipotezę, że zarówno kompetencje cyfrowe, jak i horyzont sieci uczniów zasadniczych szkół zawodowych są znacznie uboższe niż uczniów liceów, a co za tym idzie — posługiwanie się nowymi mediami odbywa się na innych zasadach, mogą też one służyć do innych celów.

Rezultaty opisywanych badań należy zatem interpretować pamiętając, że dotyczą tylko pewnej części młodych ludzi w Polsce i że w innych środowiskach praktyki korzystania z nowych mediów, a co za tym idzie — także formy uczestnictwa w kulturze mogą być zupełnie inne. Mimo wszystko uważam jednak, że raport *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze* to publikacja warta uwagi wszystkich zainteresowanych współczesną kulturą i przemianami praktyk życia codziennego, niewątpliwie zachodzącymi na skutek korzystania z nowych mediów.

gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm, tabela 1 (132).

⁴Tamże, tabela 7 (138).

³Mały rocznik statystyczny 2010, rozdział 9 „Edukacja i wychowanie”, http://www.stat.gov.pl/gus/5840_737_PLK_HTML.htm, tabela 1 (132).