

Anna Brosch

Komunikacja tekstowa a poczucie alienacji wśród młodzieży

Kultura i Edukacja nr 2, 82-92

2007

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

KOMUNIKATY–SPRAWOZDANIA

Anna Brosch

KOMUNIKACJA TEKSTOWA A POCZUCIE ALIENACJI WŚRÓD MŁODZIEŻY

1. Wprowadzenie

Postęp technologiczny, jaki obserwujemy w ostatnich latach, w ogromnym stopniu wygenerował również zmiany w kontaktach międzyludzkich. W wyniku upowszechnienia się komputerów osobistych, Internetu i technologii mobilnych współczesna komunikacja staje się coraz bardziej techniczna. Media elektroniczne przeobrażają społeczeństwo, powodując specyficzny rodzaj przyspieszenia¹. W wyniku tego zaciera się związek pomiędzy odległością a czasem trwania. Komunikacja bezprzewodowa wyparła tradycyjną korespondencję listową czy telefonię stacjonarną, umożliwiając natychmiastowe nadawanie i odbieranie informacji w dowolnym miejscu i czasie. Zmianie uległa również jakość stosunków międzyludzkich. Zwiększyła się wprawdzie częstotliwość kontaktów międzyludzkich, lecz z drugiej strony stały się one krótsze i bardziej powierzchowne².

Komunikowanie międzyludzkie w środowisku elektronicznym ma zupełnie nowe cechy i wywołuje nowe zjawiska społeczne. Zasadniczym czynnikiem jest tutaj prowadzenie konwersacji głównie na płaszczyźnie tekstowej z wykorzystaniem niespotykanych dotąd w piśmiennictwie znaków symbolicznych, zwanych „emotikonami” (ang. *emotion icon* – obraz, symbol emocji), określających uczucia. Współczesne technologie pozwalają także na przesyłanie wiadomości multimedialnych, zawierających dźwięk, obraz (zdjęcie) czy film video. Sprowadzenie aktu komunikacji do poziomu tekstowo--obrazowego niesie jednak za sobą pewne konsekwencje.

Z jednej strony uniemożliwia bezpośrednią interakcję uczestników, co w efekcie może powodować zagrożenia związane z alienacją w wymiarze społecznym, ograniczeniem umiejętności wyrażania uczuć i emocji, a także redukcją zakresu komunikacji

¹ T.H. Eriksen, *Tyrania chwili*, Warszawa 2003, s. 78–106.

² A. Toffler, *Szok przyszłości*, Poznań 1998, s. 104.

werbalnej³. Media „filtrują” dużą część informacji dostępnych w kontakcie osobistym, takich jak przekaz pozawerbalny, akcent czy tempo wypowiedzi⁴. Zubaża to proces kształtowania umiejętności słuchania drugiej osoby, polemiki. Informacja tekstowa jest zazwyczaj jednowymiarowa, dosadna, niezmuszająca do analizy i interpretacji, jak tekst literacki. Z drugiej jednak strony ta forma komunikacji otwiera możliwości nieosiągalne w tradycyjnych interakcjach. Słowo mówione, podobnie jak gest i mimika, z którymi jest ściśle związane, należy do nietrwałych środków komunikowania – *verba volant* – słowa ulatują. Komunikacja medialna natomiast nie musi odbywać się w czasie rzeczywistym, wiadomość przekazaną za pośrednictwem SMS-a lub e-mail można zarejestrować i odczytać później – w dowolnym czasie.

2. Społeczny wymiar komunikacji tekstowej

Nowoczesne technologie stanowią nieodłączny element środowiska społecznego, wkraczając do domów i codziennego życia ludzi, wpływają na zmianę form aktywności społecznej i relacji międzyludzkich. Szeroki wachlarz możliwości korzystania z elektronicznych mediów czyni codzienną aktywność ludzką bardziej wydajną, wygodną i zabawną.

Miliony telefonów, biliony SMS-ów, tysiące przesyłanych listów elektronicznych – to typowe przejawy nawiązywania i utrzymywania kontaktów międzyludzkich. Znajduje to odzwierciedlenie w porozumiewaniu się współczesnej młodzieży, dla której rzeczywistość wirtualna stanowi niemal świat alternatywny, wytwarzający specyficzne więzi, quasi-grupy, zbiorowości. W Internecie, czasopiśmie i literaturze można przeczytać o e-generacji, Generacji Y, Millenium Kids, Video Kids⁵, pokoleniu SMS-ów⁶ czy Txt-Generation⁷, określających pokolenie dzieci i młodzieży urodzonych po 1980 roku, wychowywanych przed ekranem monitora, dla których przekaz wizualny jest prostszy i atrakcyjniejszy niż przekaz książkowy.

Ekspansja elektronicznych mediów nie pozostaje bez wpływu na zachowania młodych użytkowników, co budzi liczne i spolaryzowane dyskusje mające na celu określenie siły i konsekwencji tego oddziaływania. Szczególne miejsce zajmuje tu problem

³ B.M. Nowak, *Nowy wymiar młodości. Wirtualna komunikacja i edukacja w perspektywie pedagogicznej* [w:] *Edukacja medialna*, M. Sokołowski (red.), Olsztyn 2004, s. 306.

⁴ D. Goldman, *Inteligencja emocjonalna*, Poznań 1997, s. 160.

⁵ W. Cwalina, *Generacja Y – ponury mit czy obiecująca rzeczywistość* [w:] *Internet. Fenomen społeczeństwa informacyjnego*, T. Zasepa (red.), Częstochowa 2001; C. Thurlow, S. McKay, *Profiling 'New' Communication Technologies in Adolescence*, „Journal of Language and Social Psychology” 2003, 22(1), s. 94–103.

⁶ T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005, s. 245.

⁷ C. Thurlow, *Generation Txt? The Sociolinguistics of Young People's Text-Messaging* [a:] www.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003-paper.html z 12.10.2005 r.

alienacji społecznej w wyniku permanentnego korzystania z nowych technologii komunikacyjnych. Poczucie alienacji jest rezultatem braku pożądaných relacji z innymi ludźmi, normami społecznymi, wartościami, sobą samym⁸.

Podczas gdy komputer osobisty, łączność bezprzewodowa i telefon komórkowy należą do nowinek technologicznych w naszej społeczności, debata nad oddziaływaniem elektronicznych mediów na relacje społeczne nie jest zjawiskiem nowym. Zainteresowania badaczy do tej pory oscylowały jednak głównie wokół wpływu na odbiorców telewizji i gier komputerowych⁹. W Polsce brak jest jak dotąd długofalowych badań w zakresie komunikacji za pomocą elektronicznych środków przekazu pozwalających jednoznacznie określić wpływ tej formy porozumiewania się na zachowania uczestników. Próby analizy społecznych skutków korzystania z nowoczesnych technologii komunikacyjnych, jak telefon komórkowy czy Internet, można spotkać w literaturze zagranicznej.

Wynalezienie telefonu pod koniec XIX wieku, jak zauważył C.S. Fischer¹⁰, wpłynęło na redukcję izolacji społecznej wśród rodzin rolniczych poprzez umożliwienie utrzymania przez nie stałego kontaktu z osobami oddalonymi. Na przestrzeni ostatnich lat kabel telefoniczny został zastąpiony łącznością bezprzewodową i zmianie uległa funkcja telefonu. Jeszcze kilka lat temu telefon komórkowy istniał w wyobraźni społecznej jako symbol prestiżu i bogactwa, gdyż był głównie wykorzystywany przez biznesmenów do celów służbowych. Obecnie jednak sytuacja uległa diametralnej zmianie i telefonia cyfrowa upowszechniła się, stając się usługą taną i ogólnie dostępną. Miniaturyzacja i zwiększenie możliwości technicznych aparatów przekształciły sposób ich użytkowania, czyniąc z telefonu modne akcesorium, „gadżet”, a nie tylko narzędzie komunikacji. Dlatego też dla młodego pokolenia wymarzoną sposobem komunikacji stała się „komórka”, a wśród jej niezliczonych funkcji i możliwości na pierwsze miejsce wysunęło się wysyłanie SMS-ów (ang. *Short Messaging Service*), które doskonale wyrażają i kształtują osobowość współczesnej młodzieży.

⁸ K. Korzeniowski, *Ku pojęciu poczucia alienacji*, „Przegląd Psychologiczny” 1986, nr 29, s. 345–369.

⁹ J. Gajda, *Dziecko przed telewizorem*, Warszawa 1993; L. Kirwil, *Negatywne skutki oddziaływania telewizyjnych scen przemocy na dzieci*, „Nowiny Psychologiczne” 1995, nr 4; M. Griffiths, *Czy gry komputerowe szkodzą dzieciom?*, „Nowiny Psychologiczne” 1995, nr 4; J. Boroń, T. Zyss, *Świat gier komputerowych II – badania ankietowe nad ich rozpowszechnianiem wśród młodzieży szkół średnich*, „Psychiatria Polska” 1996, 2 (30); M. Braun-Gałkowska, I. Ulfik, *Zabawa w zabijanie. Oddziaływanie przemocy prezentowanej w mediach na psychikę dzieci*, Warszawa 2000; M. Wawrzak-Chodaczek, *Komputer jako nowe medium kultury domowej* [w:] eadem, *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, Wrocław 2000; M. Sokołowski, *Wpływ gier i programów komputerowych na dzieci* [w:] *Media a edukacja*, W. Strykowski (red.), Poznań 2000; J. Anderson, R. Wilkins, *Żegnaj telewizorku. Jak nauczyć swoją rodzinę rozsądnie korzystać z telewizora, gier komputerowych i Internetu*, Warszawa 2000; S. Juszczak, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*. Katowice 2001.

¹⁰ C.S. Fischer, *America Calling: A Social History of the Telephone to 1940*, Berkeley 1992.

Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Japończyków¹¹, niezwykła popularność SMS-ów wynika z faktu, iż współczesna młodzież ma niewiele miejsc, gdzie może pozwolić sobie na prywatne spotkania czy rozmowę. Stąd też technologie mobilne umożliwiają nastolatkom wytworzenie pewnego rodzaju alternatywnego świata, pozwalającego na intymny kontakt bez ingerencji dorosłych oraz ograniczeń czasu i przestrzeni.

Ponadto SMS stanowi idealny sposób nawiązywania kontaktów z płcią przeciwną, ponieważ pozwala na jednoczesne zachowanie intymności i dystansu. Nadawca SMS-a nie ponosi ryzyka związanego z brakiem odwzajemnienia sympatii – jak ma to miejsce w przypadku kontaktu „face to face”¹². Dlatego też SMS został mianowany *billet doux of the 21th century*¹³ – liścikiem miłosnym XXI wieku.

Kolejnym problemem jest wpływ Internetu na interakcje społeczne. Początkowo zakładano, że Internet będzie niszczył relacje społeczne, prowadził do alienacji i atomizacji społeczeństwa. Do takich wniosków doszedł Robert Kraut i inni¹⁴, po badaniach przeprowadzonych w latach 1995–1996¹⁵ wśród początkujących użytkowników Internetu. Zjawisko realizacji interakcji społecznych poprzez sieć nazwano „paradoksem Internetu”, ponieważ uczestnicy w odosobnieniu wykorzystywali Internet do komunikacji, która generalnie przynosi pozytywne efekty społeczne. Zdaniem badaczy, powierzchowne relacje społeczne tworzone w sieci eliminowały znaczące i silne więzi budowane w świecie realnym. Skoro jednak Internet ułatwia komunikację między ludźmi, powinien sprzyjać nawiązywaniu i utrwalaniu kontaktów. Najnowsze badania empiryczne potwierdziły tę tezę. Badania przeprowadzone przez zespół R. Krauta trzy lata później w ramach tego samego projektu wykazały znaczne osłabienie negatywnego wpływu Internetu na stosunki społeczne¹⁶. Również Manuel Castells stwierdza w swojej książce, że korzystanie z Internetu nie prowadzi do ograniczania interakcji społecznych i alienacji¹⁷. Jest to spowodowane upowszechnieniem się Internetu jako środka komunikacji, co pozwala na kontynuowanie interakcji społecznych inicjowanych w realnym świecie.

¹¹ *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, M. Ito, D. Okabe, M. Matsuda (red.), Cambridge 2005.

¹² T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna...*, op.cit., s. 248–249.

¹³ Za: H. Geser, *Are Girls (even) More Addicted?*, Zürich 2006, s. 5 [[:] socio.ch/mobile/t_geser3.pdf, z dn. 19.12.2006 r.

¹⁴ R. Kraut i in., *Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?* „American Psychologist” 1998, nr 53 (9), s. 1017–1031

¹⁵ Badania stanowiły część projektu badawczego „HomeNet” prowadzonego przez Carnegie Mellon University w Pittsburghu.

¹⁶ R. Kraut i in., *Internet Paradox Revisited* „Journal of Social Issues” 2002, nr 58 (1), s. 49–74.

¹⁷ Por. M. Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.

M. Braun-Gałkowska podkreśla natomiast, iż komunikacja tekstowa powoduje trudności z wyrażaniem swoich myśli i upośledza umiejętności językowe, niezwykle ważne w kontaktach międzyludzkich¹⁸. Młode pokolenie, dla którego rozmowy za pośrednictwem Internetu i SMS-ów stały się podstawową formą komunikacji, ma uboższe słownictwo, problemy z akcentowaniem i wymową. Związane jest to z rzadszymi rozmowami z dorosłymi, a także jest efektem korzystania ze specyficznego slangu podczas komunikacji drogą elektroniczną. Stanowi on mieszaninę tradycyjnej mowy ojczystej z gwarą uczniowską oraz fachową terminologią komputerową i nazewnictwem w języku angielskim¹⁹.

3. Komunikacja młodzieży a relacje społeczne w świetle badań własnych

Niniejszy tekst dotyczy zagadnienia interakcji pośrednich młodzieży, skoncentrowanych na komunikacji wykorzystującej wiadomości tekstowe.

W celu zebrania materiału empirycznego na przełomie 2006 i 2007 roku przeprowadzono badania wśród uczniów dąbrowskiego gimnazjum, w których wzięło udział 153 uczniów klas I i II. Zaznaczyć należy, iż Dąbrowa Górnicza należy do miast w Polsce wysoko uprzemysłowionych o stosunkowo niskim poziomie bezrobocia. Status ekonomiczny mieszkańców można określić jako średni, na co wskazują odpowiedzi respondentów – 23,8% badanych określiło sytuację materialną rodziny jako bardzo dobrą, a 55,7% jako dobrą.

Wyłonienia próby badawczej dokonano poprzez dobór losowy prosty, który pozwala na stworzenie takich warunków, aby każdy element miał jednakową szansę znalezienia się w próbie²⁰. Dzięki temu uzyskano próbę reprezentatywną, której członkowie uczęszczają do tej samej szkoły, lecz docierają do szkoły z różnych miejscowości – 52,8% dojeżdża z okolic położonych na peryferiach miasta, a 47,2% pochodzi z dużego osiedla mieszkaniowego.

Dane empiryczne uzyskano przy pomocy kwestionariusza wywiadu własnej konstrukcji oraz skali poczucia alienacji opracowanej przez Krystynę Kmieciak-Baran²¹. Autorka w oparciu o teorię H. Seemana wymieniła pięć wymiarów poczucia alienacji:

¹⁸ M. Braun-Gałkowska, *Dziecko w świecie mediów*, „Edukacja i Dialog” 2003, nr 6.

¹⁹ E. Miodek, *Tworzenie się nowych kodów językowych w komunikacji społecznej na przykładzie wypowiedzi internautów* [w:] *Dziecko w świecie wiedzy, informacji i komunikacji*, S. Juszczak, I. Polewczyk (red.), Toruń 2005, s. 242.

²⁰ S. Juszczak, *Badania ilościowe w naukach społecznych. Szkice metodologiczne*, Katowice 2005, s. 130–131.

²¹ K. Kmieciak-Baran, *Poczucie alienacji – charakterystyka psychometryczna*, „Przegląd Psychologiczny” 1993, nr 4, s. 461–480.

1. poczucie anomii – przekonanie, że istniejące normy społeczne (prawne, moralne, obyczajowe, zwyczajowe) są niespójne, niejasne, nieobowiązujące, a ich przestrzeganie uniemożliwia osiągnięcie własnych celów;
2. poczucie bezsensu – przekonanie o braku sensu życia, utracie określonej hierarchii wartości, niemożności przewidywania efektów swojego zachowania;
3. poczucie bezradności – przekonanie o zależności swojego losu od sił zewnętrznych, a nie od własnej aktywności, bezsilność, brak poczucia kontroli psychologicznej nad otoczeniem, odczucie niemożności realizacji potrzeb;
4. poczucie samowyoobcowania – przekonanie o szkodliwości postępowania zgodnie z własnymi ideami, poglądami itp. oraz trudnościami w określeniu swojej tożsamości, odrębności od innych, autonomii, autentyczności;
5. poczucie osamotnienia – przekonanie, że wchodzenie w pożądane relacje międzypersonalne i społeczne jest z różnych względów niemożliwe i niezależne od własnych zachowań, poczucie braku satysfakcjonujących związków z innymi ludźmi.

3.1. Młodzi i wolni, lecz przywiązani do „komórki”

Telefon komórkowy stał się standardowym środkiem komunikacji młodzieży. Aż 92,8% badanych nastolatków posiada własny aparat telefoniczny, z którego może korzystać o dowolnej porze dnia i nocy. Pozwala na to mobilność aparatu i możliwość dyskretnej komunikacji za pośrednictwem SMS-ów, eliminującej problem dzwoniącego telefonu i rozmowy głosowej. Znalazło to odzwierciedlenie w wypowiedziach respondentów – każdy posiadacz telefonu komórkowego korzysta z tej formy komunikacji, jednak w różnym nasileniu. O niezwyklej popularności porozumiewania się poprzez SMS-y świadczy fakt, iż prawie połowa badanych wysyła miesięcznie ponad 200 wiadomości tekstowych, czyli średnio przynajmniej 7 SMS-ów dziennie. Aktywność w zakresie komunikacji tekstowej jest zróżnicowana ze względu na płeć badanych – dziewczęta wysyłają więcej SMS-ów niż chłopcy, stąd częściej traktują telefon jako substytut spotkań towarzyskich.

Komunikacja za pośrednictwem SMS-ów zarezerwowana jest jednak przede wszystkim dla grupy rówieśniczej – z dorosłymi młodzież porozumiewa się raczej wykorzystując rozmowę telefoniczną. Niewielki rozmiar telefonu umożliwia dyskretną komunikację nawet podczas lekcji czy pobytu w kinie. Jedyne ograniczenia w tym zakresie wynikają z rozmiarów wiadomości tekstowej (do 160 znaków) i zdolności manualnych nadawcy – pisanie na miniklawiaturze aparatu wymaga sporej wprawy.

Łatwy dostęp do telefonów komórkowych oraz niewysoki koszt usługi pozwala młodzieży na ciągłą wymianę spostrzeżeń dotyczących ich codziennego życia, chwila po chwili. Wskazują na to wypowiedzi respondentów dotyczących treści nadawanych wiadomości. Blisko 60% badanych nadaje SMS-om rolę narzędzia do pogawędki i omawiania bieżących wydarzeń. Prawie połowa nastolatków, wykorzystując krótkie wiado-

mości tekstowe, wymienia luźne myśli, refleksje i skojarzenia. Popularnym tematem komunikatów jest również szkoła (32,7%) i plotki o znajomych (27,5%).

Badania pokazały, że telefon komórkowy, jako nowoczesny środek komunikacji bezprzewodowej, stanowi symbol podkultury młodzieżowej, sprzyjający społecznej integracji. Ponadto daje unikalną możliwość stworzenia poczucia przynależności grupowej osobom mniej zaangażowanym społecznie – wystarczy zawiesić „komórkę” na smyczy wokół szyi, aby natychmiast stać się członkiem tej społeczności.

Producenci telefonów komórkowych lansują swoistą modę w zakresie aparatów i dbają o to, aby „więź” między telefonem a użytkownikiem nie uległa osłabieniu, wzbogacając je w coraz to większe możliwości techniczne i nowe akcesoria. Większość z nich, jak wymienne obudowy – „skórki”, kamery czy odtwarzacze mp3 – skierowana jest głównie do młodych odbiorców i pozwala na wprowadzenie do procesu komunikacji elementów rozrywki – słuchanie i przesyłanie ulubionych utworów muzycznych, robienie zdjęć czy nagrywanie filmów.

3.2. Pogawędki przez Internet, czyli samotność w sieci

W rankingu popularności z telefonem komórkowym przegrywają łącza internetowe. Trudno się temu dziwić, gdyż mobilność Internetu ograniczona jest rozmiarami komputera i długością kabla telefonicznego. Natomiast bezprzewodowy Internet oferowany przez niektórych operatorów sieci komórkowych jest wciąż zbyt drogi.

Posiadanie domowego łącza internetowego deklaruje 60% badanych, a 15% przyznaje, że regularnie korzysta z Internetu u kolegów lub w kawiarenkach internetowych. Internet stanowi ulubione miejsce wymiany informacji dla 40,3% dziewcząt i 44,7% chłopców, którzy również poświęcają więcej czasu na tę formę komunikacji. Blisko ¼ badanych spędza na rozmowach w sieci ponad 3 godziny dziennie, odwiedzając czaty lub korzystając z komunikatorów. Biorąc pod uwagę budżet czasu wolnego gimnazjalistów po zajęciach szkolnych, oznacza to, że wirtualna komunikacja stanowi dla nich podstawową formę interakcji społecznych i odbywa się kosztem bezpośrednich kontaktów z rówieśnikami. Ponadto komunikacja przez Internet odbywa się zwykle w samotności, gdyż nie jest możliwe prowadzenie wirtualnej pogawędki w gronie rówieśników, jak to ma miejsce podczas korzystania z telefonu komórkowego.

Za pośrednictwem Internetu gimnazjaliści najczęściej kontaktują się z przyjaciółmi (70,6%). Przeciętny użytkownik komunikatora internetowego posiada 88 osób na swojej liście kontaktów. Poprzez Internet młodzież nawiązuje również nowe znajomości (15%), które zazwyczaj funkcjonują tylko na płaszczyźnie wirtualnej.

Na gruncie rozważań o komunikacji niezwykle interesująca jest treść komunikatów nadawanych i odbieranych za pośrednictwem Internetu. Najczęściej są to pogawędki (30,7%), sprawy bieżące (13,7%) lub plotki (11,8%). Ponad ¼ badanych umawia się w ten sposób na randki lub flirtuje, a także wymienia informacje na temat nauki szkolnej (14,4%). Komunikacja w Internecie, w opinii badanych, jest łatwiejsza od bezpo-

średniej interakcji, gdyż pozwala na przełamanie nieśmiałości, zapewniając tym samym bezpieczeństwo emocjonalne. Z drugiej jednak strony niesie także pewne zagrożenia. Anonimowość, jaką daje ta forma interakcji, pozwala na zachowania wykraczające poza ustalone normy społeczne. Niewielki odsetek badanych (11,8%) spotkał się z agresją za pośrednictwem Internetu. Były to jednak sytuacje sporadyczne, a treść komunikatów można zamknąć w zakresie niewybrednych żartów, wynikających jedynie z bezmyślności nadawcy.

3.3. Komunikacja medialna a poczucie alienacji

Analiza literatury przedmiotu pozwala stwierdzić, że techniki medialne wywierają bezpośredni wpływ na procesy komunikowania, a stąd na całe społeczeństwo. Istotę przeprowadzonych badań empirycznych stanowiło znalezienie odpowiedzi na pytanie: Czy młodzież komunikująca się za pośrednictwem wiadomości tekstowych wykazuje wyższy poziom poczucia alienacji ogólnej z uwzględnieniem poszczególnych jej wymiarów, poczucia anomii, bezsensu, bezradności, samowyobcowania i izolacji? W związku z powyższym surowy materiał badawczy uzyskany przy pomocy skali alienacji poddano analizie statystycznej. Wykorzystując test χ^2 istotności różnic, weryfikacji statystycznej poddano dwie hipotezy:

Hipoteza 1 (H1): Częstotliwość komunikowania się za pośrednictwem SMS-ów ma wpływ na poziom poczucia alienacji we wszystkich jej wymiarach.

Hipoteza 2 (H2): Poziom alienacji we wszystkich jej wymiarach zależy od ilości czasu poświęcanego na komunikację przez Internet.

Okazało się, że na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ hipoteza H1 jest słuszna jedynie w odniesieniu do jednego wymiaru poczucia alienacji, a mianowicie do poczucia anomii: im większa częstotliwość wysyłania SMS-ów, tym wyższy poziom poczucia anomii wśród młodzieży. Zależność między komunikowaniem się za pośrednictwem SMS-ów a poczuciem anomii w odniesieniu do badanej młodzieży jest istotna statystycznie, a siła tej zależności jest przeciętna.

Weryfikacja hipotezy H2 na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ pozwoliła stwierdzić natomiast, że jest ona słuszna dla dwóch wymiarów poczucia alienacji, mianowicie dla poczucia anomii oraz poczucia bezsensu: im więcej czasu badana młodzież poświęca na komunikację za pośrednictwem Internetu, tym wykazuje wyższy poziom anomii i bezsensu. Zależność między czasem poświęcanym na komunikację internetową a poczuciem anomii i bezsensu jest istotna statystycznie, a siła tej zależności jest również przeciętna.

Pozytywna weryfikacja przedstawionych hipotez jedynie w określonych wymiarach poczucia alienacji oznacza, że młodzież preferująca porozumiewanie się poprzez tekst, polegający głównie na przelotnej i zdawkowej wymianie informacji, nie odczuwa potrzeby przestrzegania norm społecznych-obyczajowych, moralnych czy prawnych. Znaczny wpływ na taki obraz sytuacji ma charakter tych kontaktów. Interakcje, które

zachodzą przy użyciu wiadomości tekstowych są nadawane w telegraficznym skrócie i przypominają komunikacyjny *fast food*, w którym nie ma miejsca na przestrzeganie norm społecznych i konwenansów. W opinii badanej młodzieży, jest to również łatwiejszy sposób komunikowania się, gdyż umożliwia wyrażenie myśli nie zawsze przychylnych dla drugiej strony. Ponadto komunikacja tekstowa przełamuje bariery, takie jak kontrola rodziców, miejsce i czas nadawania komunikatów. Utrudnia to wykształcenie pewnego *savoir-vivre* w procesie komunikowania się.

Osobny problem stanowi wyższy poziom poczucia bezsensu wśród młodzieży poświęcającej na komunikację internetową ponad 3 godziny dziennie. Z poczuciem bezsensu mamy do czynienia wtedy, gdy jednostka nie ma jasności, w co powinna wierzyć, a wyraża się to w odczuwaniu braku sensu życia i kryzysie wartości. Wartości odgrywają istotną funkcję w procesie indywidualnego i społecznego rozwoju człowieka i określają w znacznym stopniu styl jego życia. Dla młodzieży poszukującej własnej tożsamości cybprzestrzeń stała się codziennością umożliwiającą niezobowiązującą pogawędkę, wymianę poglądów, a nawet kreowanie wymyślonej przez siebie postaci. Pozwala to wprawdzie na stworzenie wirtualnej społeczności, lecz z drugiej strony wprowadza zaburzenie w sferze wartości, idei i pojęć.

4. Konkluzje

W przeszłość odchodzi era Gutenberga, oparta na drukowanym przekazie informacji. Obecne pokolenie gimnazjalistów stało się pokoleniem ekranowym, dla którego wcześniej obraz, a dziś coraz częściej tekst stały się głównymi przekazywanymi informacjami. Wyraża się to w liczbie wysłanych SMS-ów i godzinach spędzonych na „czatach”. Kontakt interpersonalny współczesnego nastolatka zamyka się w kilku lakonicznych wyrażeniach, rozkazach, nakazach, zdawkowych prośbach i żądaniach. Młodzi ludzie często zapominają o prawdziwym, głębszym wymiarze aktu komunikacyjnego, sprowadzając go często do wymiany znaczeń i ciągu pojedynczych słów nietworzących zwartej całości. Nastolatek, tworząc barierę dla osobowego kontaktu z drugim człowiekiem w postaci elektronicznych środków przekazu, skazuje się niejako na zanik możliwości wytworzenia wyższych form powiązań społecznych, w których podstawą są: szacunek, uprzejmość czy przyjaźń. Znalazło to odzwierciedlenie w wynikach badań – udowodniono wyższy poziom poczucia anomii i bezsensu wśród młodzieży komunikującej się poprzez tekst. Upozorowane poczucie więzi społecznej, jakie stwarzają kontakty za pośrednictwem mediów elektronicznych, upośledza kształtowanie hierarchii wartości i pozwala na wyrażanie uczuć za pomocą symboli.

Jakość komunikacji w istotny sposób jest uwarunkowana rodzajem relacji międzyludzkich. Wyobraźnia werbalna opiera się na fantazji i kreatywności człowieka, na jego możliwościach analizy i syntezy, na zdolności do opracowania intelektualnego obrazu rzeczywistości. Obraz nie zmusza do wyobraźni twórczej. W konsekwencji język ikonicz-

ny tworzy ludzi o podobnej wyobraźni. Stąd zwłaszcza wśród młodzieży obserwujemy obecnie tak duże podobieństwo gustów, stylów mody czy zewnętrznych zachowań.

W tym kontekście istotnego znaczenia nabiera proces bezpośredniej komunikacji interpersonalnej, umożliwiającą prowadzenie dialogu, dyskusji i prezentowanie różnych punktów widzenia. Umiejętności interpersonalne powinny być kształtowane przez rodzinę w toku codziennych rozmów i dyskusji, pozwalających na lepsze poznanie się i wytworzenie silniejszych więzi rodzinnych, społecznych. Rzeczywistość medialna stawia również wielkie wyzwania wobec szkoły i edukacji. Polskiej szkole potrzebna jest krytyczna i rozważna wiedza o mediach oraz dobre przygotowanie z zakresu nauk społecznych w celu wspierania rodziny w działaniach podnoszących jakość komunikacji interpersonalnej.

LITERATURA:

- Anderson J., Wilkins R., *Żegnaj telewizorku. Jak nauczyć swoją rodzinę rozsądnie korzystać z telewizora, gier komputerowych i Internetu*, Warszawa 2000.
- Boroń J., Zyss T., *Świat gier komputerowych II – badania ankietowe nad ich rozpowszechnianiem wśród młodzieży szkół średnich*, „Psychiatria Polska” 1996, nr 2 (30).
- Braun-Gałkowska M. i Ulfik I., *Zabawa w zabijanie. Oddziaływanie przemocy prezentowanej w mediach na psychikę dzieci*, Warszawa 2000.
- Braun-Gałkowska M., *Dziecko w świecie mediów*, „Edukacja i Dialog” 2003, nr 6.
- Castells M., *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.
- Cwalina W., *Generacja Y – ponury mit czy obiecująca rzeczywistość [w:] Internet. Fenomen społeczeństwa informacyjnego*, T. Zasepa (red.), Częstochowa 2001.
- Eco U., *Diminutive, but Perfectly Formed*, „Guardian Newspaper” 20 April 2002.
- Eriksen T.H., *Tyrania chwili*, Warszawa 2003.
- Fischer C.S., *America Calling: A Social History of the Telephone to 1940*, Berkeley 1992.
- Gajda J., *Dziecko przed telewizorem*, Warszawa 1993.
- Geser H., *Are Girls (even) More Addicted?* Zürich 2006 [a@:] www.socio.ch/mobile/t_geser3.pdf, z dn. 19.12.2006 r.
- Goban-Klas T., *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005.
- Goldman D., *Inteligenca emocjonalna*, Poznań 1997.
- Griffiths M., *Czy gry komputerowe szkodzą dzieciom?*, „Nowiny Psychologiczne” 1995, nr 4.
- Juszczyk S., *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*, Katowice 2001.
- Juszczyk S., *Badania ilościowe w naukach społecznych. Szkice metodologiczne*, Katowice 2005.

- Kirwil L., *Negatywne skutki oddziaływania telewizyjnych scen przemocy na dzieci*, „Nowiny Psychologiczne” 1995, nr 4.
- Kmieciak-Baran K., *Poczucie alienacji – charakterystyka psychometryczna*, „Przegląd Psychologiczny” 1993, nr 4.
- Korzeniowski K., *Ku pojęciu poczucia alienacji*, „Przegląd Psychologiczny” 1986, nr 29, 1986.
- Kraut R. i in., *Internet Paradox Revisited* „Journal of Social Issues” 2002, nr 58 (1).
- Kraut R. i in., *Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?*, „American Psychologist” 1998, nr 53 (9).
- Miodek E., *Tworzenie się nowych kodów językowych w komunikacji społecznej na przykładzie wypowiedzi internautów* [w:] *Dziecko w świecie wiedzy, informacji i komunikacji*, S. Juszczak, I. Polewczyk (red.), Toruń 2005.
- Nowak B.M., *Nowy wymiar młodości. Wirtualna komunikacja i edukacji w perspektywie pedagogicznej* [w:] *Edukacja medialna*, M. Sokołowski (red.), Olsztyn 2004.
- Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, M. Ito, D. Okabe, M. Matsuda (red.), Cambridge 2005.
- Sokołowski M., *Wpływ gier i programów komputerowych na dzieci* [w:] *Media a edukacja*, W. Strykowski (red.), Poznań 2000.
- Thurlow C., *Generation Txt? The Sociolinguistics of Young People’s Text-Messaging* [a:] www.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003-paper.html z dn.12.10.2005 r.
- Thurlow C., McKay S., *Profiling ‘New’ Communication Technologies in Adolescence*, „Journal of Language and Social Psychology” 2003, nr 22 (1).
- Toffler A., *Szok przyszłości*, Poznań 1998.
- Wawrzak-Chodaczek M., *Komputer jako nowe medium kultury domowej* [w:] eadem, *Kształcenie kultury audiowizualnej młodzieży*, Wrocław 2000.