

Education and New Technologies in Culture
Information and Communication

EDUKACJA a NOWE TECHNOLOGIE w kulturze, informacji i komunikacji

redakcja naukowa
Dorota Siemieniecka



Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika

**EDUKACJA A NOWE TECHNOLOGIE W KULTURZE,
INFORMACJI I KOMUNIKACJI**

**EDUCATION AND NEW TECHNOLOGIES IN CULTURE,
INFORMATION AND COMMUNICATION**

REDAKCJA NAUKOWA DOROTA SIEMIENIECKA



WYDAWNICTWO NAUKOWE
UNIwersytetu Mikołaja Kopernika

Toruń 2015

Recenzent
Grażyna Penkowska

Opracowanie i opieka redakcyjna
Wioletta Kwiatkowska
Kamila Majewska
Małgorzata Skibińska

Projekt okładki
Tomasz Jaroszewski

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika

Toruń 2015

Publikacja finansowana przez Urząd Marszałkowski
Województwa Kujawsko-Pomorskiego



URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA
KUJAWSKO-POMORSKIEGO
W TORUNIU

ISBN 978-83-231-3387-2

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU MIKOŁAJA KOPERNIKA

Redakcja: ul. Gagarina 5, 87-100 Toruń
tel. 56 611 42 95, fax 56 611 47 05
e-mail: wydawnictwo@umk.pl
www.wydawnictwoumk.pl

Dystrybucja: ul. Reja 25, 87-100 Toruń
tel./fax 56 611 42 38
e-mail: books@umk.pl

Druk: Drukarnia Wydawnictwa Naukowego Uniwersytetu Mikołaja Kopernika

SPIS TREŚCI

Wstęp	13
-----------------	----

KULTUROWE I SPOŁECZNE ASPEKTY MEDIÓW

JANUSZ GAJDA ✓ Kulturowe i społeczne aspekty mediów na przykładzie telewizji i Internetu (Refleksje dotyczące aktualnych problemów szans i zagrożeń)	19
DOROTA SIEMIENIECKA Od konsumentów do twórców informacji	35
MAŁGORZATA SKIBIŃSKA ✓ Czy pokolenia cyfrowe potrzebują edukacji informacyjnej?	49
STANISŁAW JUSZCZYK ✓ Pedagogiczne refleksje na temat postmediów i kultury wizualnej.	69
ANNA BROSC ✓ Medialny wizerunek kobiecego ciała w percepcji dzieci w wieku przedszkolnym.	83
BASSAM AOUIL, MARIA KAJDASZ-AOUIL ✓ Cyberprzemoc wśród dzieci i młodzieży w środowisku szkolnym.	97

Małgorzata Skibińska

Katedra Dydaktyki i Mediów w Edukacji
Wydział Nauk Pedagogicznych
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
e-mail: gosiek@umk.pl

CZY POKOLENIA CYFROWE POTRZEBUJĄ EDUKACJI INFORMACYJNEJ?

DO DIGITAL GENERATIONS NEED INFORMATION EDUCATION?

STRESZCZENIE

Zmiany cywilizacyjne wymuszają na szkole zmiany, by mogła ona przygotować do aktywnego życia w społeczeństwie informacyjnym jej nowych członków. Jednak czy dzisiejszy uczeń potrzebuje edukacji w zakresie posługiwania się informacją? Może gotowy jest do współczesnego życia, nauki i pracy? Z jednej strony uczeń XXI wieku jawi się jako bystry wielozadaniowiec, medialny i technologiczny specjalista, lubiący działać i rozwiązywać praktyczne problemy. Z drugiej strony rysowany jest obraz bezkrytycznego odbiorcy mediów o nieustalanej hierarchii wartości, działającego szybko, by nie rzecz bezmyślnie, funkcjonującego na pograniczu realnej i wirtualnej rzeczywistości. Jaki więc jest współczesny uczeń? Celem poniższego tekstu jest wywołanie refleksji pozwalającej sformułować odpowiedź na postawione pytanie.

Słowa kluczowe: umiejętności informacyjne, pokolenie Google, digital natives

ABSTRACT

Civilization changes are forcing changes on the school to prepare new members of the information society for an active life. Is the today student needs information education? Maybe is ready to modern life, learning and work? On the one hand, a student XXI century appears as smart multitasker, media and technology specialist, fond of action and solving practical problems. On the other hand, it's draw a picture of uncritical media recipient with unknown value hierarchy, acting quickly, not to say thoughtlessly, functioning on the border between the real and virtual reality. So which is the today student? The purpose of this text is to call reflection, allowing to formulate an answer to this question.

Keywords: information skills, Google generation, digital natives

1. KONTEKST KULTUROWY

Znani badacze mediów (Marshall McLuhan, Neil Postman) zwracają uwagę na związek kultury i narzędzi, jakimi posługuje się człowiek. Cechy narzędzi i rodzaj ich użytkowania wywierają wpływ na sposób działania i myślenia ludzi, doprowadzając do zmian samej kultury. Współcześnie żyjemy w kulturze zdominowanej przez narzędzia telekomunikacyjne, znacząco zmieniające ludzkie zachowania, nawyki, system wartości, wreszcie sposób myślenia. Rozwój tych narzędzi doprowadził m.in. do zmian kulturowych, określanych wieloma pojęciami m.in. globalizacja (Ronald Robertson), kultura instatnt (Zbyszko Melosik), płynna nowoczesność (Zygmunt Baumann), odzwierciedlającymi charakter niewątpliwie nowej epoki w dziejach ludzkości. Według R. Robertsona „globalizacja odnosi się zarówno do „zmniejszania się” świata, jak i zwiększania stopnia pojmowania świata jako całości” (Czaja I., 2001, s. 65). Współczesna organizacja życia, cechująca się niezwykłym tempem i łatwością dostępu do różnych źródeł informacji i form komunikacji, nęci natychmiastowością zaspokajania potrzeb i stawia na maksymalną oszczędność czasu i wysiłku. Wyznacznikiem jakości życia staje się konsumpcjonizm, a jego podstawową kategorią – przyjemność. Łatwość dostępu, wie-

łość i różnorodność ofert dostarczanych przez media i odnoszących się do wszystkich obszarów aktywności ludzkiej skutkują poczuciem niepewności jednostki wobec przygodności bytów, fragmentaryczności i epizodyczności. Z. Melosik zwraca uwagę na kolejne istotne zjawisko współczesności, pisząc: *mozaikowości i fragmentaryczności sfery popkultury i konsumpcji towarzyszy nieuchronne rozproszenie i niejednoznaczność tożsamości. Jest to więc rzeczywistość, w której „wszystko zdaje się dozwolone”, panuje w niej możliwość swobodnego nadawania znaczeń oraz daleko idącej indywidualizacji życia i codzienności* (Melosik Z., 2013, s. 10). Powyższa, skrótowa charakterystyka nowych czasów może sugerować problemy ludzi z przystosowaniem się do nowych i stale zmieniających się warunków środowiska działania. Starsze pokolenia w wyniku „szoku przyszłości”, opisanego przez Alvina Tofflera jako negatywny psychologiczny stan wywołany lawinowymi zmianami w krótkim czasie, doznają „cyfrowej fobii”, poczucia bezradności w kontakcie ze stechnicyzowaną rzeczywistością oraz narażeni są na cyfrowe i społeczne wykluczenie. Z kolei młodzież, z powodu braku stabilnych ram odniesienia, jednoznacznych wzorców bycia i życia może mieć problemy z budowaniem tożsamości, określaniem siebie, sensu i wartości. W obu przypadkach pojawia się ryzyko osłabienia kondycji psychicznej człowieka, systemu wartości, umiejętności krytycznego myślenia, a przez to narażenia na wszelkiego rodzaju wpływy, wykorzystywanie i manipulacje.

Marc Prensky odwołując się do neuroplastyczności mózgu, stwierdza: mózgi, które ulegają różnym doświadczeniom kulturowym, rozwijają się inaczej, myślą inaczej. Bo środowisko życia, doświadczanie go, działanie w nim wpływa na aktywność mózgu i tworzenie się połączeń nerwowych, będących podstawą myślenia, pamięci i efektywnego funkcjonowania. W pedagogice od lat obecne jest podobne stanowisko. Znani pedagodzy, tj. Maria Montesorri, Jean Piaget, Jerome Bruner, Lew Wygotski, zwracali uwagę na wpływ bodźców zewnętrznych odbieranych zarówno ze środowiska fizycznego, jak i społecznego na rozwój umysłowy człowieka. Wszyscy z wymienionych wskazywali na związek zmian jakościowych w myśleniu dziecka w wyniku samodzielnego i aktywnego działania w otoczeniu przedmiotów i ludzi. Potwierdzają to także doniesienia z badań nad mózgiem: mózg ludzki zmienia się nieustannie pod wpływem codzien-

nego działania (m.in. Gazzaniga M. S., 1997, s. 42, 68; Medina J., 2009, s. 62; Longstaff A., 2011, s. 473). Każda aktywność ruchowa i poznawcza, myśl wywołana spostrzeżeniem i emocjami zostawiają ślady w pamięci i wpływają na zmiany w strukturze mózgu. Mózg uczy się bez przerwy i rozbudowuje te swoje rejony, które są używane. Określone mózgowo reprezentacje części naszego ciała, dzięki jego aktywności są doskonalone i rozbudowywane kosztem tych rejonów w mózgu, których aktywność jest znikoma lub żadna. Stąd, pośrednio, sposób i częstotliwość używania narzędzi wpływa na ludzkie emocje, myślenie i działanie.

2. GLOBALNE POKOLENIA – RÓŻNORODNOŚĆ I AMBIWALENCJA

W literaturze odnotowuje się doniesienia o niezłej kondycji młodego pokolenia w świecie cyfrowych mediów (m.in. Marc Prensky¹, Don Tapscott (2010). Ukazuje się ich jako świadomych użytkowników, efektywnie wykorzystujących nowe media dla zaspokajania własnych potrzeb, realizacji wyznaczonych celów oraz powodzenia w życiu szkolnym i zawodowym. Powszechne postrzeganie młodych osób również opiera się na tym stanowisku. To pokolenie, które urodziło się i wychowywało w świecie wszechobecnych mediów, uważa je za naturalny składnik otoczenia, intuicyjnie obsługuje je dla swoich celów. To pokolenie, które nie pamięta czasów, gdy nie było Internetu, dlatego być może wirtualny świat nie jest alternatywą rzeczywistości, lecz jej naturalną częścią, a ekrany urządzeń telekomunikacyjnych nie opowiadają o świecie zewnętrznym, lecz umożliwiają zanurzenie się w jego przestrzeni.

¹ Autor terminów „cyfrowi tubylcy” i „cyfrowi imigranci” przekonuje czytelników i słuchaczy, że młode pokolenia radzą sobie świetnie w nowych warunkach, gorzej są oceniani jedynie przez starsze pokolenia (cyfrowych imigrantów), którzy używają nieaktualnych układów odniesienia, niemających racji bytu w XXI wieku; dzisiejsze młode pokolenia jest już częściowo „cyfrowymi ludźmi”, posiadającymi cyfrową inteligencję, pozwalającą im wykorzystywać nowe technologie do własnych celów. Warto odwiedzić stronę domową Autora, dostępną w Internecie: <http://marcprensky.com/>.

Początki Internetu sięgają lat 60. poprzedniego stulecia, jednak jego gwałtowny rozwój rozpoczął się po 1989 roku, kiedy Tim Berners-Lee oraz Robert Cailliau złożyli do CERN-u projekt stworzenia sieci dokumentów hipertekstowych, o nazwie World Wide Web. Następnie Tim Berners-Lee stworzył podstawy HTML i pierwszą stronę internetową, a w 1992 roku została napisana pierwsza graficzna przeglądarka WWW o nazwie Mosaic (na podst. „Wolnej encyklopedii Wikipedia”), znacznie ułatwiając poruszanie się w sieci. Również w Polsce dopiero w latach 90. XX wieku dostęp do Internetu stawał się stopniowo powszechny i coraz tańszy, umożliwiając kolejnym mieszkańcom udział w jego zasobach. Obecnie usługi Internetu pozwalają jego użytkownikom także aktywnie tworzyć treści (Web 2.0). Te kroki w rozwoju mediów znacząco przyczyniły się do zmian cywilizacyjnych i społecznych. I właśnie w tym iście rewolucyjnym okresie narodziło się wielu przedstawicieli kolejnych roczników, których próbowano, ze względu na moment urodzenia, zaliczać do różnie określanych zbiorowości: pokolenie Y, Millenials, pokolenie Z – ujmując w rozmaite kłamry daty urodzenia (różne w zależności od obszaru kulturowego) i w różny sposób charakteryzując. Według Karla Mannheima (Mannheim K., 1996, s. 84) – pokolenia nie tworzy jednak sam fakt narodzenia się w tym samym czasie ani fakt bycia w tym samym czasie dorosłym czy dzieckiem. Dopiero możliwość świadomego przeżycia tych samych wydarzeń społeczno-historycznych i tych samych treści życia (czyli obcowania z tym samym kręgiem kulturowym) tworzy pokolenie. Osoby z tego samego pokolenia charakteryzują podobne motyw, postawy, orientacje i hierarchia wartości (Pawliczuk W., 2015).

Ekranolatki (*screenagers* – Douglas Rushkoff), pokolenie sieci (*net generation* – Don Tapscot), pokolenie Google (*Google generation*) czy cyfrowi tubylcy (*digital natives* – Marc Prensky) to nie tylko określenia konkretnych roczników młodych ludzi, ale także próba charakterystyki większości współczesnej młodzieży i młodych dorosłych oraz chęć ukazania odmiennych zdolności poznawczych młodych osób i ich stylów uczenia się, wykształconych w wyniku dorastania w środowisku medialnym i korzystania z technologii cyfrowych. Według raportu *Information behaviour of the researcher of the future (Information behavior..., 2008)* przygotowanego przez zespół badawczy Davida Nicholasa (University College of London CIBER Group) do

charakterystyki pokolenia młodych ludzi, urodzonych po 1993 roku, które dorastało w świecie zdominowanym przez Internet, odnosi się określenie *pokolenie Google*. Większość przedstawicieli tego pokolenia *odczuwa większy komfort piania na klawiaturze niż odręcznego, chętniej czyta z ekranu komputera niż z kartek papieru, a stała łączność – będąc w kontakcie z rodziną i przyjaciółmi w dowolnym czasie i z dowolnego miejsca – jest dla nich sprawą najwyższej wagi* (*Information behavior...*, 2008, s. 7). W tym samym raporcie przywołuje się definicję tegoż pokolenia na podstawie Wikipedii opisującej zachowania informacyjne tejże młodzieży, dla której pierwszym przystankiem w poszukiwaniu i zdobywaniu wiedzy jest Internet i wyszukiwarka Google jako najpopularniejsza spośród innych dostępnych na rynku.

Cyfrowi tubylcy – kolejne, popularne ostatnio określenie grupy młodych użytkowników mediów (Prensky M., 2015) – żyją w świecie mediów, systematycznie i konsekwentnie spędzają w nim swój czas, bawią się i pracują. Media wymuszają na nich czytanie obrazów wizualnych, migają, zachęcają, uwodzą i krzyczą. W mediach znajduje się mnóstwo powiązanej węzłami informacji, jak i ogromne ilości szybko wyrzucanych porcji wiadomości. Często brak komentarzy, odniesień i czasu na zastanowienie czy ocenę. Dlatego to młode pokolenie ekranowe jest przyzwyczajone do otrzymywania informacji w szybkim tempie. Lubi procesy równoległe i wielozadaniowość. Preferuje „czytanie” grafiki niż tekstu. Woli swobodny dostęp (tak jak w strukturze hipertekstu). W wyniku swoich cyfrowych doświadczeń pragnie interaktywności idącej w parze z natychmiastową reakcją dla każdego swojego działania. Oczekuje gratyfikacji i częstych nagród. Funkcjonuje lepiej, gdy jest w sieci. Woli gry od „poważnej” pracy. W obliczu starych sposobów uczenia się cyfrowi tubylcy mają słabą zdolność skupienia uwagi, jednak jej rozpiętość rośnie, gdy działają w środowisku gier i zadań budzących ich zainteresowanie (por. z: Prensky M., 2015, (a), (b)).

Don Tapscot opisując pokolenie ludzi dorastających w epoce cyfrowej, nazywa je *pokoleniem sieci*. Wyróżnia ich osiem cech:

- 1) cenienie wolności i swobody wyboru,
- 2) chęć dopasowywania rzeczywistości do własnych potrzeb i upodobań,
- 3) naturalna skłonność do podejmowania wspólnych działań,

- 4) opowiadanie się za dialogiem i odrzucanie wypowiedzi *ex cathedra*,
- 5) prześwietlanie współpracowników i organizacji,
- 6) wymaganie wiarygodności,
- 7) chęć dobrej zabawy w pracy i szkole,
- 8) szybkie tempo i innowacyjność jako nieodłączna część życia (Tapscott D., 2010, s. 46).

Wyniki badań przeprowadzonych przez zespół Tapskota sugerują, według niego, że młodzi radzą sobie całkiem nieźle w cyfrowej rzeczywistości: *to pierwsze pokolenie globalne; są mądrzejsi, bystrzejsi i bardziej tolerancyjni niż ich poprzednicy. Na sercu leży im sprawiedliwość i problemy, z którymi boryka się społeczeństwo; są aktywni społecznie, udzielają się w szkole, w pracy i w społecznościach lokalnych* (Tapscott D., 2010, s. 45).

Dopełnieniem próby nakreślenia obrazu cech współczesnej młodzieży i młodych dorosłych może być charakterystyka Jean M. Twenge (zob. Twenge J., 2006; 2009, s. 398–405) zawarta w opisie nowej generacji określanej przez nią terminem *Generation Me* (pokolenie ja, pokolenie narcyzów). Według opinii Twenge współcześni młodzi ludzie są pewni siebie, asertywni, posiadają cechy narcystyczne i wysokie oczekiwania, ale z drugiej strony mają słabszą kondycję psychiczną: są bardziej przygnębieni, zalęknieni i zestresowani. Wyniki badań Twenge i wnioski z nich płynące były szeroko dyskutowane na świecie, jednak trudno nie zgodzić się z nimi, choć po części. Autorka wskazuje także pewne rozwiązania dla praktyki edukacyjnej i komunikacji z przedstawicielami tego pokolenia, które będzie wymagać bardziej uporządkowanego, ale również bardziej interaktywnego uczenia się. Młodzi powinni otrzymywać konkretne instrukcje, częste informacje zwrotne oraz wskazania przydatności materiału. Studenci pokolenia narcyzów są inteligentni, ale niechętnie czytają długie teksty. Dlatego materiały edukacyjne i instrukcje muszą być konstruowane w formie małych segmentów i wzbogacane elementami audiowizualnymi i interaktywnymi. Nie należy także zapominać o sprzyjającej atmosferze i odpowiednim wsparciu ze strony nauczyciela (potrzeba przyjemności oraz pewna niesamodzielność) (por. z: Twenge J., 2009).

3. POKOLENIA CYFROWE I ICH EDUKACJA

Nowoczesna szkoła powinna zaspokajać potrzeby edukacyjne podopiecznych oraz oczekiwania społeczne pokładane w tym zakresie. Wiele dyskusji toczy się na temat konieczności zmian, potrzebie odejścia od industrialnego modelu edukacji i nowego spojrzenia na ucznia. Z jednej strony uczeń XXI wieku jawi się jako wielozadaniowiec, medialny i technologiczny specjalista lubiący działać i rozwiązywać praktyczne problemy. Z drugiej strony rysowany jest obraz bezkrytycznego odbiorcy mediów o nieustalanej hierarchii wartości, działającego szybko, by nie rzec bezmyślnie, niepotrafiącego obyć się bez smartfona, „Facebooka” i „Google”. Funkcjonującego na pograniczu realnej i wirtualnej rzeczywistości. Nieposiadającego zbyt zaawansowanej wiedzy osobistej, za to korzystającego z wiedzy zbiorowej usytuowanej w internetowej sieci społecznej.

Nauczyciele również różnią się w swych opiniach. Jedni boją się technologicznego zaawansowania swoich uczniów i konfrontacji z nimi, inni dostrzegają i próbują wykorzystać oraz rozwijać ich potencjał. Pozostali z tęsknotą wspominają uczniów znających swoje szkolne prawa i obowiązki oraz przyjmujących bezwarunkowy i niezaprzeczalny nauczycielski autorytet.

Jaki więc jest współczesny uczeń? Kogo mogą spodziewać się nauczyciele szkół podstawowych, gimnazjalnych, ponadgimnazjalnych i wyższych? Jakie są jego możliwości i ograniczenia? Czy gotowy jest do współczesnego życia, nauki, pracy? Analizując charakterystyki sylwetek dorastającego pokolenia, określanego przytaczanymi w tekście terminami można się spodziewać biegłości technologicznej, cyfrowej i poznawczej. Jednak czy badania potwierdzają ten ogólnie przyjęty schemat poznawczy?

Pomimo powszechnego poglądu i wielu optymistycznych opinii na temat kompetencji medialnych młodych osób obecne są doniesienia o zgoła odmiennym charakterze. Wielu autorów alarmuje na temat stanu kondycji psychicznej i intelektualnej dzieci i młodzieży, podając w wątpliwość także ich umiejętności informacyjne (Przeгляд doniesień i badań empirycznych w tym zakresie dostępny w: Margaryan A. i in.). Brytyjski raport pt. *Information behaviour of the*

researcher of the future opisujący zachowania informacyjne brytyjskiego pokolenia Google zawiera konkluzję, że postrzeganie „pokolenia Google”, jako naturalnych ekspertów w zakresie wyszukiwania i wykorzystywania zdobytych w Internecie informacji, jest mitem. Raport ten został sporządzony na podstawie obszernego przeglądu literatury przedmiotu, eksploracji danych ankietowych i głębokiej analizy logów z Biblioteki Brytyjskiej oraz strony internetowej JISC (Joint Information Systems Committee²).

Wśród najważniejszych spostrzeżeń dotyczących umiejętności informacyjnych młodych ludzi wymieniono (por. z: *Information behaviour of the....*, s. 12):

- umiejętność korzystania z informacji nie poprawia się wraz z rozszerzającym się dostępem do technologii: w rzeczywistości pozorna biegłość młodzieży w obsłudze komputerów maskuje inne niepokojące problemy (praca z informacją – przyp. wł.);
- badania internetowe wskazują, że szybkość przeszukiwania przez młodzież zasobów Internetu przekłada się na niedostateczną ilość czasu poświęcaną ocenie informacji, jej stosowności, dokładności i znaczenia;
- młodzi ludzie mają słabe zrozumienie własnych potrzeb informacyjnych, a zatem trudno jest im opracować skuteczne strategie wyszukiwania informacji;
- w rezultacie pokolenie Google preferuje wyrażanie własnych potrzeb informacyjnych w języku naturalnym nad analizę i dobieranie efektywnych słów kluczowych;
- w zderzeniu z długą listą wyników wyszukiwania młodzi ludzie uważają, że trudno ocenić przydatność pozyskanych materiałów i często dokonują jedynie pobieżnego przeglądu ich zawartości;

² Pozaresortowa organizacja publiczna w Wielkiej Brytanii, której zadaniem jest wspieranie szkolnictwa ponadgimnazjalnego i wyższego oraz badań naukowych, poprzez zapewnienie przywództwa w zakresie korzystania z technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) w kształceniu, nauczaniu, badaniach naukowych i administracji.

- wielu młodych ludzi nie szuka odpowiednich zasobów bibliotecznych – narzędzia biblioteczne nie oferują bowiem intuicyjnej strategii działania – dlatego wolą oni używać znanej sobie i łatwej w obsłudze wyszukiwarki internetowej, np. „Google”, by uprościć rozwiązanie swych problemów badawczych;
- młodzież często nie zastanawia się nad pochodzeniem treści od różnych dostawców internetowych.

Z powyższego wynika, że młodzi ludzie są sprawni technologicznie, potrafią obsługiwać narzędzia technologii komunikacyjno-informacyjnej, jednak nie do końca radzą sobie z umiejętnością krytycznego myślenia wobec dostępnych zasobów cyfrowych. Co gorsza, nie dokonują oceny lub oceniają powierzchownie jakość, wiarygodność i przydatność pozyskanych materiałów. W raporcie zwrócono także uwagę na fakt, iż rozwój technologii telekomunikacyjnych oraz częstsze doświadczenia internetowe młodzieży nie powodują większej zmiany charakteru i jakości ich zachowań informacyjnych. Potwierdzają to również badania przeprowadzone przez autorkę niniejszego artykułu wykonane w 2003 roku (szczegóły: M. Skibińska, 2012) na grupie toruńskich gimnazjalistów. W trakcie dokonanych badań obok zastosowanych narzędzi badawczych prowadzono równolegle analizę zachowań uczniów w trakcie ich pracy. Na specjalnym arkuszu obserwacji analizowano trudności, z jakimi borykali się wybrani uczniowie podczas wykonywania postawionych przed nimi zadań praktycznych. Zauważono pewne braki w obszarze kluczowych umiejętności informacyjnych m.in. formułowanie pytań badawczych, niska zaradność i umiejętność określania źródeł przydatnych informacji, dokonywanie powierzchownej oceny potencjalnych źródeł informacji. Dość często pojawiały się trudności w wyszukiwaniu informacji w konkretnym źródle. Pomimo czytania tekstu nie wychwytywano odpowiedzi na postawione pytania. Gimnazjaliści często „ślizgali się” po tekście, bez wgłębiania się w jego sens i dokonania analizy treści pod kątem szukanego zagadnienia. Znamienne było kopiowanie całych partii danych, pomimo prośby o podanie tylko wybranych informacji. Uczniowie szybko zniechęcali się trudnościami, nie wykazywali skupienia, rozpraszali się przez wykonywanie kilku odrębnych czynności, np. wysyłanie SMS-ów z Internetu, pogaduszki internetowe, przeglądanie stron niezwiązanych z wyszukiwanym

tematem. Wyczuwało się brak pewności, co do poprawności wykonanego zadania, przy jednoczesnej bezradności w sprawdzeniu i ocenie rezultatów własnej pracy.

Wobec powyższych doniesień trudno jest zgodzić się z charakterystyką nastolatków, promującą ich w roli cyfrowych ekspertów. W 2007 roku w badaniach przeprowadzonych przez Synovate (Synovate) stwierdzono, że tylko 27% nastolatków w Wielkiej Brytanii może być naprawdę opisana jako typowi przedstawiciele pokolenia Google. Większość (średnio 57%) wykorzystuje technologię stosunkowo na niskim poziomie w celu wspierania swoich podstawowych potrzeb komunikacyjnych i rozrywkowych, a pozostałe 20% badanych to osoby, które odczuwają zdecydowaną niechęć do technologii i unikają jej, jeśli to możliwe (tzw. cyfrowi dysydenci) (por. z: *Information behaviour of the....*, s. 21).

Z kolei wyniki badania przeprowadzonego przez Antoineta Van den Beemta, Sannea Akkermana, Roberta-Jana Simonsa (por. z: Van den Beemt A. i in., s. 1158–1165) wśród 2138 holenderskich uczniów w wieku od 9 do 23 lat ujawniły brak jednolitości zachowań w interaktywnym korzystaniu z mediów. Wyróżniono cztery kategorie interaktywnych działań medialnych opartych na: przeglądaniu (*browsing*), wykonywaniu (*performing*), wymianie (*interchanging*) i autorstwie (*authoring*). Jedną z grup, opisaną jako „przeglądanie”, skupia się wokół wysyłania wiadomości e-mail, surfowania w Internecie, wyszukiwania informacji. Są to tradycyjne, bardziej podstawowe działania Internetu, które koncentrują się głównie na konsumpcji informacji. Drugi obszar, „wykonywanie”, obejmuje aktywności związane z graniem i jest formą uczestnictwa napędzanego wspólnymi zainteresowaniami, w którym użytkownicy odgrywają pewną rolę na wirtualnej scenie. Trzecia grupa, określona jako „wymiana”, skupia się wokół przyjaźni i obejmuje różnego rodzaju działania społecznościowe. Ostatni rodzaj aktywności, „autorstwo”, składa się z większej liczby działań, które zawierają jakąś formę produkcji treści. Wymienione klastry działań tworzą razem wymiar interaktywnego użytkowania mediów przez młodzież, od konsumpcji (przeglądania) do produkcji. Analogicznie do różnorodnych typów działań medialnych wyodrębniono cztery skupiska użytkowników interaktywnych mediów: Tradycjonałiści, Gracze, Sieciowcy i Producenci.

Rys. 1. Związek między grupami działań i grupami użytkowników interaktywnych mediów

	TRADYCJONALIŚCI	GRACZE	SIECIEWCY	PRODUCENCI
PRZEGLĄDANIE	X	X	X	X
WYKONYWANIE		X		X
WYMIANA			X	X
AUTORSTWO				X

Źródło: A. Van den Beemt, S. Akkerman, R.J. Simons, s. 1164.

Zauważono także zróżnicowanie opisanych użytkowników ze względu na wykształcenie i płeć. Tradycjoniści to najczęściej uczniowie szkół podstawowych (75,5%). Graczy (54,7%), Sieciowców (78,1%) i Producentów (66,7%) można było najczęściej znaleźć wśród uczniów szkół średnich. Zróżnicowanie płci zostało odnotowane wśród Graczy (przewaga chłopców) i Sieciowców (przewaga dziewcząt) (Van den Beemt A. i in., s. 1162). Analizując wyniki i wnioski Van den Beemta, Akkermana i Simonsa można próbować konstruować model aktywności cyfrowej młodzieży i mniemać, że poszczególne klastry działań i aktywności cyfrowej (przeoglądanie, udział, wymiana i tworzenie) osiąga się wraz z wiekiem oraz zdobywanym doświadczeniem, gromadzonym podczas działań w środowisku cyfrowym i jakościowo zależnym od różnorodności i intensywności tychże działań.

W Austrii Walther Nagler i Martin Ebner badając 821 studentów pierwszego roku studiów licencjackich University of Technology, odnotowali niemal wszechobecne korzystanie z „Wikipedii”, „YouTube” i serwisów społecznościowych, podczas gdy social bookmarking, udostępnianie zdjęć i mikroblogowanie były znacznie mniej popularne (Margaryan A. i in., s. 429–440).

W Wielkiej Brytanii, w 2009 roku, Chris Jones i Simon Cross badali dostęp studentów do sprzętu komputerowego i Internetu oraz ich wykorzystywania w działaniach edukacyjnych i rekreacyjnych. Badanie zostało przeprowadzone na pięciu brytyjskich uniwersytetach. Większość respondentów przywiązywała większą wagę do dzia-

łań, tj. dostęp do treści i korzystanie z Internetu do komunikowania się niż do tworzenia i udostępniania treści. Autorzy sugerują, że potoczny pogląd, iż pokolenie sieci jest bardzo prawdopodobnie skłonne do udziału (w Internecie) może być nieco przesadzony. W badaniu zarejestrowano bowiem niski poziom wykorzystania blogów, wiki, a zwłaszcza wirtualnych światów. Respondenci pytani o pewność siebie podczas używania technologii, w większości byli to studenci, wskazali niski, podstawowy poziom w odniesieniu do korzystania z oprogramowania prezentacyjnego, zasobów bibliotecznych on-line i arkuszy kalkulacyjnych, a ponad jedna trzecia wskazała brak lub bardzo niską pewność siebie i brak biegłości w używaniu wirtualnych środowisk uczenia się (VLE), w zakresie pisania i komentowania na blogach lub przy użyciu wiki. Jones i Cross stwierdzili, że sam fakt wzrastania młodzieży w otoczeniu technologii cyfrowych nie czyni z nich jednolitej grupy w zakresie umiejętności i sposobów wykorzystywania tychże technologii (por. z: C. Jones, S. Cross, 2009).

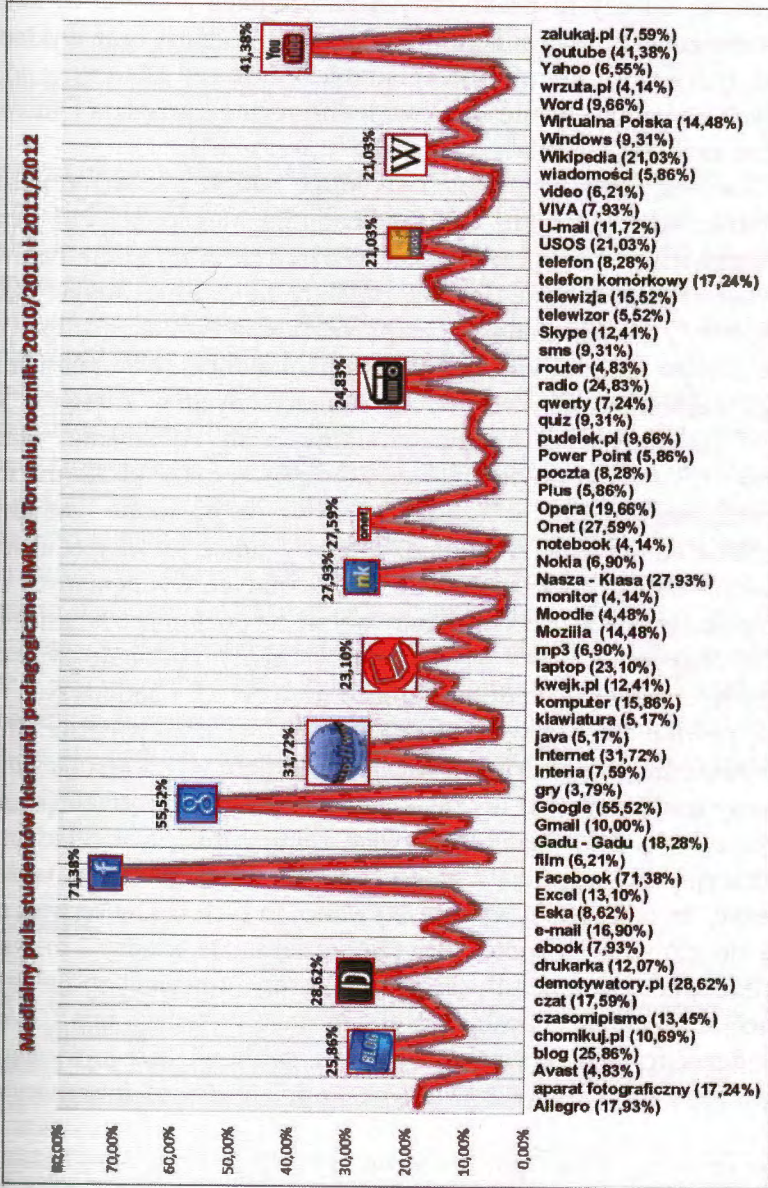
W innym badaniu, przeprowadzonym w 2007 roku przez Anush Margaryana, Allison Littlejohna i Gabrielle Vojtb, studenci dwóch brytyjskich uniwersytetów zostali poproszeni o wskazanie, w jakim stopniu używają oni narzędzi technologicznych do wspierania ich formalnego kształcenia się oraz uczenia się poza studiami uniwersyteckimi (nieformalnego uczenia się). Wyniki wskazały, że w kształceniu formalnym, najbardziej popularnymi narzędziami są ogólnodostępne strony internetowe, strony internetowe kursu i Google. W przypadku nieformalnego uczenia się wyniki są podobne, jednak dodatkowo wykorzystywane były także telefony komórkowe. Duża liczba studentów stwierdziła, że nigdy nie używa do nauki wirtualnych czatów, odtwarzaczy MP3, komputerów przenośnych, podcastów, gier symulacyjnych, „MySpace”, „YouTube” czy blogów (Margaryan A. i in., s. 433).

Według Instytutu Badań Edukacyjnych polscy uczniowie nie różnią od uczniów innych krajów, jeżeli chodzi o czas spędzany w Internecie. Powyżej dwóch godzin dziennie poświęca na to 53% chłopców i 44% dziewcząt. Co piąty z badanych uczniów (wśród chłopców aż co czwarty) podał, że korzysta z sieci ponad cztery godziny dziennie. W niektórych krajach, np. w Szwecji czy Estonii, uczniowie deklarują jeszcze dłuższy czas korzystania z Internetu. Spośród tych, którzy codziennie korzystają z TIK w domu, najwięcej spędza ten czas

w serwisach społecznościowych lub przeszukując Internet dla przyjemności, np. oglądając filmy na „YouTube”. Relatywnie często korzystają z portali społecznościowych i szukają rozrywki – mniej więcęcej co drugi wykonuje te czynności codziennie. Dziewczeta i chłopcy nie różnią się pod tym względem. Jedynym wyjątkiem są portale społecznościowe. Częściej korzystają z nich dziewczeta – codziennie robi to 62% (do tego samego przyznaje się 47% chłopców). Rzadziej 15-latkowie wyszukują informacji lub wiadomości w Internecie (nieco częściej robią to chłopcy), ściągają muzykę (głównie chłopcy) oraz korzystają z poczty elektronicznej (nieco częściej dziewczeta). Około połowy tworzy treści w Internecie. Codziennie robi to 13% chłopców i 7% dziewcząt. Z kolei gry komputerowe to domena chłopców. Do codziennych rozgrywek przyznało się jednak (wbrew potocznym opiniom) tylko 35% chłopców i 4% dziewcząt, a co trzeci młody człowiek w tym wieku deklaruje, że nie gra wcale. Polscy nastolatki nie różnią się w tym bardzo od rówieśników z innych krajów (Instytut Badań Edukacyjnych, s. 3–4). Powyższe zestawienie wskazuje podobieństwo zróżnicowania interaktywnych działań medialnych polskich uczniów do modelu zaproponowanego przez A. Van den Bempta, S. Akkermana i R. J. Simonsa.

Poznanie narzędzi TIK wykorzystywanych przez studentów w codziennym życiu i będących w centrum ich zainteresowania było celem jednego z badań przeprowadzonych przez autorkę niniejszego tekstu. W sondażu wzięło udział 290 studentów I roku kierunków: Pedagogika specjalna i Praca socjalna, prowadzonych na Wydziale Nauk Pedagogicznych UMK w Toruniu w latach 2010/2011 i 2011/2012. Zadaniem studentów było zgłaszanie bezpośrednich skojarzeń związanych z wybranymi literami alfabetu w odniesieniu do szeroko pojętych mediów (komputery, Internet, prasa, film, telewizja itp.) stosowanych w ich życiu codziennym i nauce. Na wykresie przedstawiony został rozkład skojarzeń medialnych zgłaszanych przez studentów najczęściej.

Rys. 2. Mediałny puls studentów



Źródło: opracowanie własne.

Z powyższego zestawienia wynika, że sposób wykorzystywania narzędzi informacyjno-komunikacyjnych przez badanych studentów opiera się na czysto praktycznych założeniach studentów: kontakt i komunikacja z rówieśnikami, znajomymi i rodziną oraz wykładowcami, rozrywka, zakupy i przeglądanie Internetu. Dla celów edukacyjnych wykorzystywane są głównie intuicyjne narzędzia i łatwo dostępne zasoby („Google”, „Wikipedia”, „Youtube”).

Podobną tendencję można aktualnie odnotować wśród polskich użytkowników Internetu. Według badania Megapanel PBI/Gemius w zestawieniu 10 najczęściej odwiedzanych witryn internetowych w Polsce w styczniu 2015 roku znalazły się „Grupa Google”, „facebook.com”, „youtube.com”, „Grupa Wirtualna Polska”, „Grupa Onet” oraz „Grupa Allegro” (na podst. gemiusAudience). Natomiast w rankingu najpopularniejszych witryn tematycznych w kategorii „edukacja” na pierwszym miejscu znajdowała się „Wikipedia” (zasięg³ 48,66%), strony „Google” (zasięg 26,41%), a także platforma social learningowa „Zadane.pl” (zasięg 15,95%). Na poziomie 12% zasięgu w celach edukacyjnych odwiedzane były także serwisy edukacyjne „Onet.pl” oraz „Sciaga.pl”. Odstoły pozostałych wymienianych stron o charakterze edukacyjnym plasowały się na poziomie 5% zasięgu (na podst. *Najpopularniejsze serwisy tematyczne...*). Podobnie jak w cytowanych zagranicznych doniesieniach naukowych i badawczych rysuje się pewien obraz sposobu użytkowania Internetu w Polsce. Można przypuszczać, że polscy użytkownicy Internetu wykorzystują głównie serwisy umożliwiające im zaspokajanie własnych potrzeb (komunikacja, relacje, informacja, rozrywka, zakupy itd.), a w celach *stricte* edukacyjnych korzystają z niego znacznie rzadziej. Trzeba także zauważyć, że najczęściej wykorzystywane do tych celów serwisy opierają się głównie na społecznie tworzonej bazie wiedzy i rozwiązań („Wikipedia”, „zadane.pl”, „sciaga.pl”) oraz intuicyjnej obsłudze, oferującej ułatwienia w postaci inteligentnego wyszukiwania (Google). Świadczyć to może o niechęci do ponoszenia większego wysiłku poznawczego lub o nieopanowanych umiejętnościach informacyjnych

³ Stosunek liczby użytkowników, którzy dokonali przynajmniej jednej odstoły na wybranej witrynie w wybranym okresie do całkowitej liczby internautów w miesiącu, do którego należy wybrany okres czasu.

przejawianych m.in. w braku lub niewłaściwie stosowanych strategiach badawczych.

ZAKOŃCZENIE

Podsumowując powyższe rozważania, należy stwierdzić, że nie można jednoznacznie określić kondycji młodych pokoleń zarówno w obrębie ich umiejętności poznawczych, jak i umiejętności *stricte* cyfrowych czy informacyjnych. Etykietowanie poszczególnych pokoleń to typowa stereotypizacja. Współcześni studenci wykazują zróżnicowanie w poziomie umiejętności cyfrowych i informacyjnych, w świadomości wyboru i preferencji użytkowanych mediów interaktywnych, w sposobie i częstotliwości ich używania oraz w poziomie motywacji i zaangażowania w działania z wykorzystaniem tych mediów. Sam fakt wzrastania i uczestniczenia w środowisku medialnym oprócz nabycia pewnej technologicznej pewności i automatyzmu działania, nie gwarantuje opanowania umiejętności niezbędnych w procesie krytycznego myślenia i efektywnego uczenia się. Niezbędne jest więc kształcenie umiejętności informacyjnych, dlatego instytucje edukacyjne – szkoły i biblioteki – odgrywają kluczową rolę w kształceniu niezbędnych postaw, wiedzy i umiejętności, w szczególności wśród osób narażonych na kulturową, społeczną i ekonomiczną marginalizację.

BIBLIOGRAFIA

- Czaja I.: *Globalizacja, globalizm, przedsiębiorczość – szanse i zagrożenia*. [w:] J. Klich (red.) *Globalizacja*. ISS. Kraków 2001.
- Gazzaniga M. S.: *O tajemnicach ludzkiego umysłu. Biologiczne korzenie myślenia, emocji, seksualności, języka i inteligencji*. Książka i Wiedza. Warszawa 1997.
- gemiusAudience, *Top 10 – Witryny zasięg – Styczeń 2015*, dostępne w Internecie: <http://www.audience.gemius.pl> [data dostępu: 5.03.2015].

- Information behaviour of the researcher of the future* – a CIBER briefing paper, London: University College London (UCL), 2008, dostępne w Internecie: http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/reppres/gg_final_keynote_11012008.pdf [data dostępu: 1.04.2015].
- Instytut Badań Edukacyjnych, *Informacja prasowa*, 17 czerwca 2014 r. dostępne w Internecie: http://www.ibe.edu.pl/images/prasa/nowe_technologie_informacja_prasowa_IBE_17.06.2014.pdf [data dostępu: 15.04.2015].
- Jones C., Cross S.: *Is there a new generation coming to university?*. [w:] ALT-C 2009 “In dreams begins responsibility: Choice, evidence and change”, September 8–10, 2009, Manchester, UK, dostępne w Internecie: http://oro.open.ac.uk/18468/1/ALT-C_09_proceedings_090806_web_0299.pdf [data dostępu: 10.03.2015].
- Longstaff A.: *Neurobiologia*, PWN, Warszawa 2011.
- Mannheim K.: *Das Problem der Generationen* [w:] H. M. Griese, *Socjologiczne teorie młodzieży: wprowadzenie*. Oficyna Wydawnicza „Impuls”. Kraków 1996.
- Margaryan A., Littlejohn A., Vojt G.: *Are digital natives a myth or reality? University students’ use of digital technologies*,” *Computers & Education*, Volume 56, Issue 2, February 2011, dostępne w Internecie: <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2010.09.004> [data dostępu: 10.03.2015].
- Medina J.: *12 sposobów na supermózg*. Prószyński i S-ka. Warszawa 2009.
- Melosik Z.: *Kultura popularna i tożsamość młodzieży. W niewoli władzy i wolności*. Wyd. Impuls. Kraków 2013.
- Nagler W., Ebner M.: *Is your university ready for the Ne(x)t-Generation?* Proceedings of 21st world conference on educational multimedia, hypermedia and telecommunications (EDMEDIA) (June 22–26, 2009), Honolulu, Hawaii, USA, dostępne w Internecie: http://lamp.tu-graz.ac.at/~i203/ebner/publication/09_edmedia_netgeneration.pdf [data dostępu: 10.03.2015].
- Najpopularniejsze serwisy tematyczne w styczniu 2015 roku*, dostępne w Internecie: <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/najpopularniejsze-serwisy-tematyczne-w-styczniu-2015-roku/page:2> [data dostępu: 5.03.2015].
- Pawliczuk W.: *Definicje terminu „młodzież” – przegląd koncepcji*, dostępne w Internecie: <http://www.czytelniamedyczna.pl/2708,definicje-terminu-mlodziez-przeglad-koncepcji.html> [data dostępu: 12.03.2015].
- Prensky M. (a): *Digital Natives, Digital Immigrants — A New Way To Look At Ourselves and Our Kids*, dostępne w Internecie: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> [data dostępu: 1.03.2015].

- Prensky M. (b): *Digital Natives, Digital Immigrants Part II: Do They REALLY Think Differently?* — Neuroscience Says Yes, dostępne w Internecie: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.pdf> [data dostępu: 1.03.2015].
- Skibińska M.: *Umiejętności informacyjne gimnazjalistów*. Wydawnictwo Adam Marszałek. Toruń 2012.
- Synovate: *Leisure Time: Clean Living Youth Shun New Technology*, dostępne w Internecie: <http://www.synovate.com/current/news/article/2007/02> [data dostępu: 13.12.2007].
- Tapscott D.: *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa 2010.
- Twenge J.: *Generation Me: Why today's young Americans are more confident, assertive, entitled – and more miserable than ever before*. Free Press. New York 2006.
- Twenge J.: *Generational change and their impact in the classroom: teaching Generation Me*, "Medical Education", 43 (2009).
- Van den Beemt A., Akkerman S., Simons R.J.: *The use of interactive media among today's youth: Results of a survey*, "Computers in Human Behavior", Volume 26, Issue 5, September 2010, dostępne w Internecie: http://www.researchgate.net/publication/220495758_The_use_of_interactive_media_among_todays_youth_Results_of_a_survey [data dostępu: 5.03.2015].
- Wolna encyklopedia Wikipedia, dostępne w Internecie: http://pl.wikipedia.org/wiki/Historia_Internetu [data dostępu: 1.04.2015].