




MAŁGORZATA BEREŻNICKA

Department of Education for Safety, Institute of Safety Sciences,
Pedagogical University of Krakow

 <https://orcid.org/0000-0002-1525-9184>

New media in communication – challenges and needs

ABSTRACT: The article delineates the changes that have taken place as a result of the use of new media, especially the Internet, in the context of the development of information and communication technologies, and describes the differences between classical communication and web contacts. The most common types of Internet threats and the ambiguous influence of online contacts on the social life of an individual are discussed. It is emphasised that new media have numerous advantages, but they can also cause risky situations, and therefore it is necessary to provide education in this area, especially (but not only) to young generations. Further multifaceted research is also recommended to enable the diagnosis of the changing reality and develop solutions to problems related to the use of information and communication technologies.

KEYWORDS: new media, Internet, communication, information and communication technologies

Nowe media w komunikacji – wyzwania i potrzeby

STRESZCZENIE: W artykule omówiono przemiany, jakie się dokonały poprzez użytkowanie nowych mediów, zwłaszcza internetu, uwzględniając kontekst powstania i rozwoju technologii informacyjno-komunikacyjnych, przedstawiono też różnice pomiędzy klasyczną komunikacją a kontaktami internetowymi. Scharakteryzowano najczęstsze rodzaje zagrożeń internetowych i omówiono niejednoznaczny wpływ kontaktów sieciowych na człowieka i jego życie społeczne, w tym przede wszystkim więzi z innymi. Podkreślono, że nowe media mają wiele zalet, mogą jednak być również źródłem wielu ryzykownych sytuacji, dlatego konieczna jest edukacja w tym zakresie, obejmująca zwłaszcza (choć nie tylko) młode pokolenia. Wskazane są też dalsze wieloaspektowe badania, które umożliwiłyby diagnozę zmieniającej się rzeczywistości i służyły opracowywaniu rozwiązań problemów związanych z ryzykiem, jakie towarzyszy użytkowaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych.

SŁOWA KLUCZOWE: nowe media, internet, komunikacja, technologie informacyjno-komunikacyjne

The role of media as the elements of socialisation has been increasing. The term is extremely popular today, much more than at the time when the mass media began to be referred to as the fourth power. Tomasz Goban-Klas (2011) emphasises that the words “media” and “medium” are understood differently:

Sometimes they refer to television, radio, press, partly to the Internet, other times to the mobile phone or – as new media – to computer games or iPads, and as social media – to Facebook and Web 2.0 applications. Despite this semantic differentiation, the indicated meanings have a lot in common, as they all refer to the instruments of processing and transmitting social information (p. 10).

Media can be classified into traditional and new. Radio, television, press, cinema and books are traditional media, and new media include all technologies of acquiring, recording, processing and transmitting information, data, sounds and images, invented and introduced later than traditional television – i.e. the Internet, mobile phones, computer technologies, satellite TV broadcasts etc. Additionally, in terms of the way of receiving them with sight or hearing, they can be divided into visual, audio and audiovisual (Hołyst, 2013, p. 378).

Media technologies have been developing so rapidly that soon after the concept of new media (defined in various ways) was developed, the concept of the so-called new new media has emerged. According to Paul Levinson, new new media include blogs, YouTube, Wikipedia, Digg, Myspace, Facebook, Twitter, SecondLife, which, in his opinion, are not only social media, but also spaces for individual practices, such as writing posts or recording podcasts. They are based on e-mail and search engines. These media exist in symbiosis. They are “tailor-made” – the choice is made on the basis of individual personal predispositions and preferences. Each consumer can be a producer in them, without time or capacity limits. Consumers can use them for free, and producers can gain profits (from advertising, donations, etc.). New new media perpetuate the achievements of new media and, according to Levinson, represent the next phase in media development (Mołęda-Zdziech, 2014, pp. 106–108).

When one analyses the influence of media, two types of impact should be mentioned: short-term impact connected with the implementation of the persuasive goal that is related to the present, and long-term impact, with an educational aspect, which involves shaping human behaviour as a social being and regulating norms. The latter affects particularly children and adolescents (Dziadzia, 2008, p. 94). It should be added, however, that media are no longer only used to convey content intended to intentionally influence attitudes or interests. Currently, they are places where social discourses clash, and the recipients or users of the media do not have to be only passive viewers, listeners or readers, but they can actively use these tools to create new aspects of cultural life (Jakubowski, 2011, pp. 25–28). These opportunities are offered primarily by new media, which have also transformed interpersonal communication. This publication aims to provide an overview of this ongoing process.

Internet as a new medium

New media are characterised by their interactivity, social nature (they give the user a sense of personal contact with others), potential to get a large number of clues and to engage the senses of the recipients, autonomy (independence from the source/sender), ludic nature (entertainment as a goal is not less important than usefulness), privacy (they enable personal use of the medium) and personalisation for each recipient (McQuail, 2007, p. 156). The Internet is a special medium which differs from traditional mass media as recipients themselves can choose the content they are interested in, but also have the opportunity to create their own materials, disseminate them and exchange information, views, images, etc. Its characteristic feature is also the fact that the access to its content is practically unlimited, and the content is not always appropriate for a given user, especially for children and adolescents.

According to the data for 2020 (*We are social*, 2020), over 4.5 billion people worldwide use the Internet (60% of the global population), and in 2020 over 300 million new users appeared. Extremely popular social media – which bring together 3.8 billion people, that is, half the population – certainly contribute to this growth. The average time one user spends online each day is 6 hours 43 minutes. He/she mainly uses applications, visits social networks, searches for information, watches videos, plays games and purchases all kinds of consumer goods through e-commerce.

Here are some data that show how widely the Internet is used. On 10 January 2021, about 6 p.m., according to data from Internet Live Stats (<https://www.internetlivestats.com>), the Internet was being used by 4.8 billion people and they were visiting 1.8 billion websites. Over 200 billion e-mails were being sent, almost 6 billion search terms were being googled, 2.7 billion active users were online on Facebook, 5.7 billion shorter or longer videos were being watched on YouTube, 5.6 million posts were being written on blogs, 68.1 million photos were being uploaded on Instagram. Thus, the numbers related to the use of the Internet are huge and are changing before our eyes (most of them became out of date at the time of their listing).

Children start using modern technologies when they are very young, often too young. For many primary school students they are part of everyday life, which has been revealed in the research commissioned by Disney, The Future Laboratory and Taylor Nelson Sofres, and conducted in Poland, France, Germany, Italy, Great Britain and Spain among 3,020 respondents aged 8–14 (*Edukacja medialna*, 2008). The research shows that as many as 60% of Polish children aged 8–14 cannot imagine their lives without a computer and the Internet. Their main online

activities are playing games (77%), seeking help with homework (75%) and contacting school friends (71%).

Apart from surfing, playing and studying online, the older the children, the more willingly they use social networks. The results of the research conducted among 390 students of Silesian junior secondary schools have shown that as many as 91% have accounts on the most popular social site, i.e. Facebook. When it comes to self-presentation, 76% publish their photos on the Internet, 17% – videos with their participation, 11% – personal data, 31% – information about their current activity. Online users also have negative experiences, e.g. 24% of the respondents have been ridiculed, 23% have been named in a vulgar way, 13% have received a negative comment under their photo, the same number have had their photo (and 6% – their video) posted on the Internet without their consent, 5% have not been accepted into the group of friends. Only less than a third of the respondents (32%) declare that they have not experienced any of these situations, and 30% of the respondents do not remember their experiences in this area. Moreover, 91% of the students have been witnesses, victims or perpetrators of cyberbullying (Borzucka-Sitkiewicz & Leksy, 2017, pp. 110, 132, 167).

The use of the Internet by children and adolescents can be beneficial, provided that it is accompanied by appropriate competences and, above all, safe surfing skills. It is also crucial to keep the balance between being online and operating offline. It is a mistake to make the assumption that real life and virtual life are dichotomous, as the Internet is often an integral part of many people's lives (Hołyst, 2014, p. 400), and this does not have to raise concerns yet. Dysfunctions occur only when the individual practically transfers his/her life to the virtual world (Zapędowski, 2014, p. 159). Apart from these situations, the Internet can be a useful and helpful tool.

New media and communication

Not only have new media broken the monopoly of traditional media on the transmission of information, but they have also greatly influenced communication. More and more often face-to-face contacts are replaced with screen-to-screen contacts, in which the other person is seen on a computer or mobile phone screen. The term information and communication technologies (ICT) was coined to describe all technologies related to the transmission of information that contribute to the development of the knowledge-based society, and it was first used in 1997 by Dennis Stevenson. ICT includes a set of measures: systems, devices (computers, tablets, servers), communication media (Bluetooth, the Internet, wire-

less networks, mobile and satellite telephony), tools (software) and services that make it possible to process, collect and transmit information in electronic form. General access to these tools is supposed to reduce social inequalities and increase the opportunities of the excluded (Warzecha, 2018, pp. 115-116).

One of the positive aspects of ICT is the possibility of using modern forms of education by young people as well as adults. Forms of distant learning, e-learning and m-learning, i.e. mobile learning, learning with the use of mobile phones and tablets, are becoming more and more popular due to low costs and increasing multifunctionality of phones (Warzecha, 2018, p. 121). It should be added that – quite unexpectedly – the aforementioned forms of education, along with hybrid learning (i.e. blended learning), became a necessity when distant education was introduced in schools and universities in 2020 due to the pandemic. Moreover, restrictions in contacts and mobility meant that many private and public companies, public institutions and offices, service providers, and even cultural institutions had to switch to distant work, at least in part, even though employees were not always prepared to work from home. The use of digital tools became a necessity in many spheres of life of Poles who had to do a crash “digitisation course” to do their jobs (often performed as part of a home office), attend classes, use e-services and entertainment (*Coraz więcej*, 2020). It can be assumed that when the world returns to balance after the pandemic, it will no longer be the same and many of the solutions implemented quickly will stay with us for a longer time.

Obviously, this does not mean giving up classical communication, which is sometimes irreplaceable in all of the abovementioned areas (and in many others). For example, at work or in education, direct interpersonal contacts are crucial. Moreover, traditional carriers of knowledge and information work much better in some cases; research has shown that processing information stored in a digital device, as opposed to a printout, resulted in a lower level of understanding, reasoning and problem-solving, with the dominance of specifics and details over content requiring abstract thinking (Kaufman & Flanagan, 2016).

TMC – technologically mediated communication – will never be the same as face-to-face communication; however, there are benefits of using these forms of communication, such as increased sense of security in some cases (thanks to distance, lack of interpersonal contact, sometimes anonymity), immediacy, greater ability to regulate the frequency or depth of what one wants to reveal (Farber, Shafron, Hamadani, Wald & Nitzburg, 2012, pp. 1226-1227).

The basic differences between classical face-to-face communication and online contacts include anonymity in the latter type, greater control over the development of interactions, decreased importance or lack of importance of physical appearance, and the feeling of reducing physical distance through the possibility of contacts between people who are actually far away from each other. These are

often features that opponents or supporters of a given type of communication alternately point to as positive or negative (Hołyst, 2014, p. 395).

It is worth emphasising that communication via the Internet is a simple and convenient way of communicating information, which saves time, materials and costs. It also enables a much more attractive form of communication thanks to the use of images, films and graphics. TMC is conducive to establishing and maintaining contacts. The Internet and mobile telephony are classified as metamedia because they combine the features of interpersonal and mass communication, public and private. Contrary to classical media, the Internet enables one-to-one, one-to-many, and many-to-many communication (Juszczuk, 2011, pp. 42-46).

One of the most important features that distinguishes mediated from classical communication is the lack of non-verbal communication, involving all the senses. Non-verbal communication makes us understand each other better (for example, in direct contact it is easier to read whether the message contains a note of regret, humour or joy than, for example, in a written message, despite the possibility of using emoticons expressing various emotions). An additional advantage of classical communication is the immediacy of the message.

As it was mentioned earlier, the characteristics of Internet communication are often ambivalent. For example, the fact that everyone on the Internet has the same status can be an advantage, but also a disadvantage. Bożena Taras (2004) argues:

The Polish Internet community is not as hierarchical as Polish society. Polish Internet users do not place their interlocutors in the hierarchy of power, authority and connections. The act of the Internet communication is characterised by the symmetry of social roles. The barrier of social distance towards people higher in the social and/or occupational hierarchy disappears. The equal rank of discussion participants makes anonymous network users feel important and valued, not afraid to attack (p. 46).

A similar ambiguity applies to language. As Anna Martens (2012) emphasises, communication through modern technologies requires greater responsibility than in ordinary social contacts, in which one can immediately counteract possible misunderstandings, but

[...] the characteristic features of the Internet language are abbreviations and dynamism that do not favour correctness – a new language is emerging, a new grammar full of emoticons, acronyms, and even softened, abbreviated vulgar words. This may mean that the linguistic correctness and care for the culture of expression in reality are assessed differently than in the virtual space. In other words, on the Internet one “turns a blind eye” to some phenomena – for example, there are numerous typos that also appear in press publications, resulting from haste or low level of keyboard

skills. In chat and forum conversations, rules such as the use of capital letters and punctuation are often ignored (p. 26).

Individuals who use communication via technology, especially the youngest generations, highly appreciate this form in many aspects. More than 500 people of all ages, of which 334 were 25 and younger, participated in the American research on TMC. The following types of communication were taken into account: telephone conversation, texting, e-mail correspondence, the use of instant messaging and social media (e.g. Twitter, Facebook), as well as face-to-face communication. The respondents were asked to compare various forms of technology in terms of ease of communication, the ability to transmit certain types of information and a tendency to induce specific emotional states. According to the respondents, texting and direct interpersonal contacts turned out to be the most convenient forms of communication. Similar results were obtained for the likelihood of feeling understood and intimacy; in this respect, face-to-face and telephone conversations were rated the highest. Also in the case of private conversations in which one confides in a friend, shares something important or asks for advice, the respondents appreciated a phone call and a face-to-face conversation more. In the last two categories, Twitter scored the lowest. The likelihood of insincerity or falseness in communication was indicated primarily in relation to Facebook. According to the respondents, they often used this medium to avoid more uncomfortable face-to-face communication. These results and other studies also show that apart from significant exceptions (such as posts about depression or suicidal feelings), young people tend to maintain positive social interactions on sites like Facebook, at least in superficial contacts. In addition, new media users can satisfy the need to build their own image by collecting the so-called likes, sharing up-to-date information about their achievements, posting their (also obscene) photos and spending a lot of energy to convince themselves and others that “everything is fine” (Farber et al., 2012, pp. 1227-1228).

When discussing communication in new media, it is impossible to ignore the threats resulting from the use of the Internet. According to the authors of the EU Kids Online research final report 2009, these threats may occur in relation to content, contact and conduct. Importantly, all users can be recipients, participants and perpetrators of risky situations (Livingstone & Haddon, 2009a). The content that relates to the aforementioned distinction includes images of violence, online hate, i.e. vulgar, offensive messages, hate speech (hostile statements aimed at arousing dislike or excluding an individual or group due to their identity), materials expressing prejudice (e.g. racist materials), pornography, information on drugs, unfair marketing, spam. Threatening contacts involve bullying, aggression, stalking, grooming, contact with strangers or phishing of personal data. Hazardous behaviour includes harassment, intimidation, cyber-aggression,

uploading harmful content, sending pornographic material or providing disruptive advice (e.g. related to starvation or suicide), as well as gambling and hacking (Livingstone & Haddon, 2009b, p. 16). In principle, all these types of threats can appear in communication via ICT. Sometimes it is difficult to avoid them, so in addition to knowing how to defend oneself against them, it is worth learning how to respond appropriately when they occur.

New media and social bonds

Researchers do not agree on the assessment of the impact of online contacts on humans and their social life. Some studies indicate that using the Internet results in lower psychological well-being, a sense of loneliness, alienation, weaker ties with the loved ones and loneliness, while other analyses undermine it, pointing to much more complex relationships. In general, social people benefit more from online contacts. The way the network is used is also important, e.g. those who used the Internet for educational purposes had higher scores in the indicators of social integration and social support than those who mainly used the Internet for social and entertainment purposes (Hołyst, 2014, p. 394). On the other hand, some studies show that individuals who spent a lot of time online did not change their behaviour in the real world, and sometimes they became even more socially involved (Grinberg, 2017, p. 80). The discrepancies or even contradictions visible in the conclusions from various studies confirm the multidimensionality of the issue, therefore it requires further analyses from different perspectives.

As for the allegation that only weak bonds are created through online communication, the supporters of this form emphasise that it is very useful in task situations, in which deeper contact is not necessary. They also highlight the benefits of creating strong ties in the virtual world through a sense of group belonging, easier opening up, sharing common experiences, giving and experiencing support. The positive side of these contacts is also what cannot always be obtained in the real world, i.e. taking into account the goals and needs of an individual who is an active and conscious Internet user (Hołyst, 2014, p. 398).

In addition, as Barry Wellman stated (cited in: Grinberg, 2017, p. 81), virtual communities do not stand in opposition to traditional ones, but constitute a new type of community, connected by bonds and a shared social life. The community members support each other, exchange information, give each other a sense of belonging and social identity. In real life, social ties are associated with neighbourhood or kinship, and the sense of closeness is fostered by similarities in gender, age, appearance, social status, origin, etc. On the Internet, people can be

connected by common goals, values and attitudes, and the previously mentioned common attributes cease to be of key importance (Grinberg, 2017, pp. 81–82). An additional advantage of online communication is the complete lack of geographic distance, because one can “connect” to an individual or individuals practically anywhere in the world at any time. This feature of online communication helps to establish contacts with users who otherwise would be impossible to meet, and at the same time it helps to maintain existing ties, e.g. with family members or friends who have left for another town or country.

Finally, it is worth emphasising that online communication can be a kind of asylum for users who do not feel comfortable in face-to-face communication, i.e. for shy people who display social anxiety (Pierce, 2009, pp. 1367–1372) or even social phobia, who have complexes related to their appearance (e.g. subjective unattractiveness, scars, tics, which may be even more intense in a stressful situation) or the way they express themselves (e.g. people who stutter, have other speech difficulties). New media, especially social networking sites, give them a chance to communicate with others, free from the negative experiences they have gone through in direct interpersonal communication.

Conclusions

Even though the use of new information and communication technologies involves numerous threats, it is impossible to expect that the world will give up communicating through them, as they are universal, convenient and user friendly. It can be assumed that they will evolve and develop to serve individuals even better and more effectively. However, it is important to be aware of risky situations that may happen to new media users and to be prepared to take appropriate actions when that happens. A positive phenomenon is that along with the development of technology, the awareness and competence of people who use them increase. Nevertheless, one must be aware of the fact that new threats are constantly arising. This means that systematic efforts are needed to increase public awareness of the proper, safe and responsible use of new media, including media education of children and adolescents. They use ICT in an advanced way, and yet they lack life experience that would help them avoid threats (on the contrary – young people are likely to get involved in risky behaviour). The aforementioned education should be closely related to diagnostic research on these issues that will enable the creation of educational projects which respond to current needs. Undertaking such multifaceted analyses in the face of contemporary, constantly changing reality seems to be a necessity.

References


- BORZUCKA-SITKIEWICZ, K., & LEKSY, K. (2017). *Ekshibicjonizm społeczny w Internecie. Motywy i potencjalne zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa młodzieży*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Coraz więcej rozmawiamy przez telefon (2020, 20 May). Bankier.pl. <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Coraz-wiecej-rozmawiamy-przez-telefon-7887546.html> [access: 6.02.2021].
- DZIADZIA, B. (2008). *Wpływ mediów. Konteksty społeczno-edukacyjne*. Kraków: Impuls.
- Edukacja medialna wyzwaniem XXI wieku (2008). Edukacja Medialna. <http://www.edukacjamedialna.pl/news.php?extend.136.1> [access: 16.02.2021].
- FARBER, B.A., SHAFRON, G., HAMADANI, J., WALD, E., & NITZBURG, G. (2012). Children, technology, problems, and preferences. *Journal of Clinical Psychology*, 68(11), 1226–1229. <https://doi.org/10.1002/jclp.21922>.
- GOBAN-KLAS, T. (2011). *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*. Kraków: Universitas.
- GRINBERG, E. (2017). Cyberprzestrzeń – aspekt społeczny tworzenia się więzi oraz wynikających z tego problemów społecznych. In: M. GÓRKA. (ed.), *Cyberbezpieczeństwo dzieci i młodzieży. Realny i wirtualny problem polityki bezpieczeństwa* (pp. 71–87). Warszawa: Difin.
- HOŁYST, B. (2013). *Zagrożenia ładu społecznego* (vol. 1). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- HOŁYST, B. (2014). *Zagrożenia ładu społecznego* (vol. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Internet Live Stats. <https://www.internetlivestats.com> [access: 10.02.2021].
- JAKUBOWSKI, W. (2011). Media, tożsamość i edukacja. In: S. JASKULSKA & W. JAKUBOWSKI (eds.), *Kultura mediów, ciało i tożsamość. Konteksty socjalizacyjne i edukacyjne* (pp. 15–32). Kraków: Impuls.
- JUSZCZYK, S. (2011). Internet – współczesne medium komunikacji społecznej. *Edukacja i Dialog*, 5–6, 42–46.
- KAUFMAN, G., & FLANAGAN, M. (2016): High-low split: divergent cognitive construal levels triggered by digital and non-digital platforms. In: *CHI '16: Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2773–2777). New York: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858550>.
- LIVINGSTONE, S., & HADDON, L. (2009a): *EU Kids Online: Final report*. London: The London School of Economics and Political Science, EU Kids Online. https://www.researchgate.net/publication/313012759_EU_Kids_Online_final_report_2009/link/588c9a86aca272fa50df225f/download [access: 22.01.2021].
- LIVINGSTONE, S., & HADDON, L. (2009b). Introduction. In: S. LIVINGSTONE & L. HADDON (eds.), *Kids online: opportunities and risks for children* (pp. 1–6). Bristol: The Policy Press.
- MARTENS, A. (2012). Formy i normy – język komunikacji internetowej, rozważania wstępne. *Kwartalnik Internetowy „Komunikacja Społeczna”*, 2, 20–28. <https://socialcommunication.edu.pl/wp-content/uploads/2016/02/114-KOMUNIKACJA-SPO%C5%81ECZNA-nr-2-2012.pdf> [access: 27.04.2021].
- MCQUAIL, D. (2007). *Teoria komunikowania masowego*. Transl. M. BUCHOLC & A. SZULŻYCKA. (eds). T. GOBAN-KLAS. Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- MOLĘDA-ZDZIECH, M. (2014). „Nowe nowe media” według Paula Levinsona – kreatywna nazwa czy innowacyjna koncepcja? In: A. ZORSKA, M. MOLĘDA-ZDZIECH & B. JUNG (eds.), *Kreatywność i innowacyjność w erze cyfrowej. Twórcza destrukcja 2* (pp. 101–121). Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.

- PIERCE, T. (2009). Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teen. *Computers in Human Behavior*, 25, 1367–1372. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.003>.
- TARAS, B. (2004). Anonim w Internecie, czyli o komunikacji incognito. In: M. KITA & J. GRZENIA (eds.), *Dialog a nowe media* (pp. 42–51). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- WARZECHA, K. (2018). Technologie informacyjno-komunikacyjne wykorzystywane przez młodzież – szanse i zagrożenia. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 350, 115–136.
- We are social – global digital report 2020* (2020). <https://wearesocial.com/digital-2020> [access: 8.01.2021].
- ZAPĘDOWSKI, P. (2014). Funkcjonowanie człowieka w cyberprzestrzeni – świat wirtualny w realiach second life. In: J. BEDNAREK (eds.), *Człowiek w obliczu szans cyberprzestrzeni i świata wirtualnego* (pp. 151–160). Warszawa: Difin.



MAŁGORZATA BEREŹNICKA

Katedra Edukacji dla Bezpieczeństwa, Instytut Nauk o Bezpieczeństwie,
Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

 <https://orcid.org/0000-0002-1525-9184>

Nowe media w komunikacji – wyzwania i potrzeby

New media in communication – challenges and needs

ABSTRACT: The article delineates the changes that have taken place as a result of the use of new media, especially the Internet, in the context of the development of information and communication technologies, and describes the differences between classical communication and web contacts. The most common types of Internet threats and the ambiguous influence of online contacts on the social life of an individual are discussed. It is emphasised that new media have numerous advantages, but they can also cause risky situations, and therefore it is necessary to provide education in this area, especially (but not only) to young generations. Further multifaceted research is also recommended to enable the diagnosis of the changing reality and develop solutions to problems related to the use of information and communication technologies.

KEYWORDS: new media, Internet, communication, information and communication technologies

STRESZCZENIE: W artykule omówiono przemiany, jakie się dokonały poprzez użytkowanie nowych mediów, zwłaszcza internetu, uwzględniając kontekst powstania i rozwoju technologii informacyjno-komunikacyjnych, przedstawiono też różnice pomiędzy klasyczną komunikacją a kontaktami internetowymi. Scharakteryzowano najczęstsze rodzaje zagrożeń internetowych i omówiono niejednoznaczny wpływ kontaktów sieciowych na człowieka i jego życie społeczne, w tym przede wszystkim więzi z innymi. Podkreślono, że nowe media mają wiele zalet, mogą jednak być również źródłem wielu ryzykownych sytuacji, dlatego konieczna jest edukacja w tym zakresie, obejmująca zwłaszcza (choć nie tylko) młode pokolenia. Wskazane są też dalsze wieloaspektowe badania, które umożliwiłyby diagnozę zmieniającej się rzeczywistości i służyły opracowywaniu rozwiązań problemów związanych z ryzykiem, jakie towarzyszy użytkowaniu technologii informacyjno-komunikacyjnych.

SŁOWA KLUCZOWE: nowe media, internet, komunikacja, technologie informacyjno-komunikacyjne

Jednym z elementów socjalizacji, który odgrywa coraz większą rolę, są media. Termin ten jest dzisiaj niezwykle popularny, znacznie bardziej niż w czasach, kiedy zaczynało się mówić o środkach masowego przekazu jako o czwartej władzy. Tomasz Goban-Klas (2011) podkreśla, że słowa „media” i „medium” są różnie rozumiane:

Raz odnoszą się do telewizji, radia, prasy, po części do Internetu, innym razem do telefonu komórkowego czy – jako nowe media – do gier komputerowych lub iPada, a jako media społeczne – do Facebooka i aplikacji Web 2.0. Mimo tego zróżnicowania semantycznego wskazane znaczenia mają wiele wspólnego, wszystkie odnoszą się bowiem do instrumentów przetwarzania i transmitowania informacji społecznej (s. 10).

Media można sklasyfikować, dzieląc je na tradycyjne oraz nowe. Tradycyjne to radio, telewizja, prasa, kino, książka. Natomiast nowe media to wszystkie techniki pozyskiwania, utrwalania, przetwarzania i transmisji informacji, danych, dźwięków i obrazów wynalezione i wprowadzone później niż telewizja tradycyjna – czyli internet, telefonia komórkowa, technologie komputerowe, satelitarne przekazy telewizyjne etc. Dodatkowo, ze względu na oddziaływanie mediów na wzrok i słuch, dzieli się je na wizualne, audialne, audiowizualne (Hołyst, 2013, s. 378).

Technologie medialne rozwijają się tak szybko, że niedługo po ustaleniu pojęcia nowych mediów (które też wcześniej różnie definiowano), powstało pojęcie tzw. nowych nowych mediów (ang. *new new media*). Paul Levinson zalicza do nich m.in. blogi, YouTube'a, Wikipedię, Diggę, Myspace'a, Facebooka, Twittera, SecondLife'a, które jego zdaniem nie są jedynie mediami społecznościowymi, ale również stanowią przestrzeń praktyk o charakterze indywidualnym, jak pisanie postów czy nagrywanie podkastów. Ich podstawę stanowi poczta elektroniczna oraz wyszukiwarki. Media te współistnieją na zasadzie symbiozy. Są „szyte na miarę” – wyboru dokonuje się ze względu na własne osobiste predyspozycje i preferencje. Każdy konsument może być w nich producentem, bez ograniczeń czasowych czy objętościowych, przy czym konsumenci mogą korzystać z nich za darmo, a producenci mogą czerpać zyski (z reklam, darowizn etc.). Nowe nowe media utrwalają osiągnięcia nowych mediów i według Levinsona stanowią kolejną fazę w rozwoju mediów (Mołęda-Zdziech, 2014, s. 106–108).

Analizując zagadnienie wpływu mediów, trzeba wspomnieć o dwóch typach oddziaływania: krótkotrwałe wiąże się z realizacją celu perswazyjnego odnoszącego się do teraźniejszości; długotrwałe, o wymiarze wychowawczym, kształtujące zachowania człowieka jako istoty społecznej i regulujące normy, dotyczy szczególnie dzieci i młodzieży (Dziadzia, 2008, s. 94). Należy jednak dodać, że media nie służą już tylko przekazywaniu treści, mających za zadanie intencjonalnie oddziaływać na postawy lub zainteresowania. Obecnie są miejscem, w którym ścierają się dyskursy społeczne, a odbiorcy czy raczej użytkownicy mediów nie muszą być jedynie biernymi widzami, słuchaczami czy czytelnikami, lecz mogą aktywnie wykorzystywać to narzędzie, by kreować nowe aspekty życia kulturalnego (Jakubowski, 2011, s. 25–28). Takie możliwości dają przede wszystkim nowe media, które przeobraziły m.in. komunikację międzyludzką. Przybliżenie tego trwającego cały czas procesu jest celem w niniejszej publikacji.

Internet jako nowe medium

Nowe media wyróżniają się m.in. interaktywnością, socjalnością (dają użytkownikowi poczucie osobistego kontaktu z innymi), potencjałem związanym z możliwą liczbą wskazówek i angażowaniem zmysłów odbiorców, autonomią (niezależnością od źródła/nadawcy), ludycznością (rozrywka jako cel nie jest w nich mniej ważna niż użyteczność), prywatnością (umożliwiają osobiste wykorzystanie medium) oraz personalizacją w odniesieniu do każdego odbiorcy (McQuail, 2007, s. 156). Szczególnym medium jest internet, który różni się od tradycyjnych środków masowego przekazu m.in. tym, że odbiorcy sami mogą wybierać, jakie treści ich interesują, a także mają możliwość tworzenia własnych materiałów, rozpowszechniania ich oraz wymiany informacji, poglądów, obrazów etc. Jego charakterystyczną cechą jest również fakt, że dostęp do znajdujących się w nim treści jest praktycznie nieograniczony, a treści te nie zawsze są odpowiednie dla danego użytkownika, w szczególności dotyczy to dzieci i młodzieży.

Według danych za 2020 rok (*We are social*, 2020), na całym świecie z internetu korzysta ponad 4,5 mld ludzi (60% globalnej populacji), a w ciągu 2020 roku online po raz pierwszy przyłączyło się ich ponad 300 mln. Z pewnością do tego wzrostu przyczyniają się niezwykle popularne media społecznościowe, które skupiają 3,8 mld ludzi, czyli połowę populacji. Średni czas spędzany online każdego dnia przez jednego użytkownika wynosi 6 godzin i 43 minuty. Użytkownicy sieci głównie korzystają z aplikacji, odwiedzają portale społecznościowe, a także wyszukują informacje, oglądają filmy i inne materiały, grają w gry oraz nabywają wszelkiego rodzaju dobra konsumpcyjne w ramach handlu elektronicznego (ang. *e-commerce*).

Oto kilka danych, które przybliżają skalę korzystania z sieci. W dniu 10 stycznia 2021, około godziny 18.00, według danych Internet Live Stats (<https://www.internetlivestats.com>) liczba użytkowników internetu wynosiła 4,8 mld, korzystali oni z 1,8 mld stron internetowych. Wysłano ponad 200 mld e-maili, wyszukiwano prawie 6 mld haseł na stronie Google, na portalu społecznościowym Facebook pojawiło się 2,7 mld aktywnych użytkowników, na YouTube obejrzano 5,7 mld krótszych lub dłuższych materiałów filmowych, na blogach napisano 5,6 mln postów, na Instagramie załadowano 68,1 mln zdjęć. Tak więc liczby związane z użytkowaniem sieci są ogromne i zmieniają się na naszych oczach (większość z nich się zdezaktualizowała już w momencie ich notowania).

Nowoczesne technologie towarzyszą dzieciom od najmłodszych lat, często zdecydowanie zbyt wcześnie. Dla wielu uczniów szkół podstawowych są częścią codzienności, na co wskazują m.in. badania przeprowadzone w Polsce, Niemczech, we Włoszech, Francji, w Wielkiej Brytanii i Hiszpanii, zleczone przez firmy Disney, The Future Laboratory i Taylor Nelson Sofres, pośród 3020 respondentów w wieku 8–14 lat (*Edukacja medialna*, 2008). Z badań tych wynika, że aż 60% polskich dzie-

ci w wieku 8–14 lat nie wyobraża już sobie życia bez komputera i internetu. Ich główne aktywności w sieci to granie w gry (77%), szukanie pomocy w odrabianiu prac domowych (75%) oraz kontaktowanie się ze szkolnymi przyjaciółmi (71%).

Poza surfowaniem, zabawą i edukacją w sieci, im starsze dzieci, tym chętniej korzystają z portali społecznościowych. Wyniki badań przeprowadzonych wśród 390 uczniów śląskich gimnazjów wykazały, że aż 91% ma konta na najpopularniejszym takim portalu, czyli na Facebooku. Jeśli chodzi o autoprezentację, 76% publikuje w internecie swoje zdjęcia, 17% – filmiki ze swoim udziałem, 11% – dane osobowe, 31% – informacje o aktualnej aktywności. Użytkownicy w sieci mają także negatywne doświadczenia, np. 24% respondentów zostało wyśmianych, 23% nazwano w wulgarny sposób, 13% otrzymało negatywny komentarz pod zdjęciem, tyle samo doświadczyło umieszczenia ich zdjęcia (a 6% – filmiku) w sieci bez ich zgody, 5% nie zostało przyjętych do grupy znajomych. Tylko niespełna jedna trzecia respondentów (32%) zadeklarowała, że nie przydarzyły im się żadne takie sytuacje, a 30% badanych nie pamiętało swoich doświadczeń w tym zakresie. Dodatkowo 91% uczniów było świadkiem, ofiarą bądź sprawcą cyberprzemocy (Borzucka-Sitkiewicz, Leksy, 2017, s. 110, 132 i 167).

Korzystanie z internetu przez dzieci i młodzież może przynieść wiele pożytku, jednak pod warunkiem, że towarzyszą temu odpowiednie kompetencje i przede wszystkim umiejętności związane z bezpiecznym surfowaniem. Kluczową sprawą jest również zachowanie równowagi pomiędzy byciem online i funkcjonowaniem offline. Błędem jest przyjmowanie założenia o dychotomiczności życia realnego i wirtualnego, podczas gdy internet często bywa integralną częścią życia wielu osób (Hołyst, 2014, s. 400), i to jeszcze nie musi budzić obaw. Dysfunkcje występują dopiero wtedy, gdy jednostka praktycznie przenosi swoje życie do świata wirtualnego (Zapędowski, 2014, s. 159). Poza takimi sytuacjami internet może być bardzo użytecznym i pomocnym narzędziem.

Nowe media a komunikacja

Nowe media nie tylko przełamały monopol mediów tradycyjnych na kwestie związane z przekazywaniem informacji, ale też w olbrzymim stopniu wpłynęły na komunikowanie się. Coraz częściej kontakty twarzą w twarz (ang. *face to face*) zastępujemy kontaktami *screen to screen* (ang. *screen* – ekran), w których drugą osobę widzimy na ekranie komputera czy telefonu komórkowego. Na określenie wszystkich technologii, które są związane z przesyłaniem informacji, a które przyczyniają się do rozwoju społeczeństwa opartego na wiedzy, wymyślono nazwę „technologie informacyjno-komunikacyjne” (w skrócie ICT, z ang.

information and communication technologies), pierwszy raz użytą w 1997 roku przez Dennisa Stevensona. ICT obejmuje zespół środków: systemów, urządzeń (komputery, tablety, serwery), mediów komunikacyjnych (sieci bluetooth, internet, sieci bezprzewodowe, telefonię komórkową i satelitarną), narzędzi (oprogramowanie) oraz usług pozwalających na przetwarzanie, gromadzenie i przesyłanie informacji w formie elektronicznej. Upowszechnianie dostępu do tych narzędzi ma prowadzić do zmniejszenia nierówności społecznych i zwiększenia szans osób wykluczonych (Warzecha, 2018, s. 115–116).

Jednym z pozytywnych aspektów ICT jest możliwość korzystania przez młodzież, a także osoby dorosłe z nowoczesnych form nauczania. Formy kształcenia na odległość, e-learning i m-learning, czyli *mobile learning*, nauczanie za pomocą telefonów komórkowych i tabletów, stają się coraz bardziej popularne m.in. ze względu na niskie koszty i coraz większą wielofunkcyjność telefonów (Warzecha, 2018, s. 121). Dodajmy, że – dość nieoczekiwanie dla wszystkich – wspomniane formy kształcenia, wraz z uczeniem się hybrydowym, czyli b-learningiem (*blended learning*), stały się wręcz koniecznością w momencie wprowadzenia w 2020 roku w szkołach i na uczelniach zdalnej edukacji z powodu pandemii. Dodatkowo ograniczenia w kontaktach i przemieszczaniu się sprawiły, że w wielu firmach prywatnych i państwowych, w instytucjach publicznych i urzędach, w usługodawstwie, a nawet w placówkach kulturalnych, musiano przejść, przynajmniej w części, na pracę zdalną, mimo że pracownicy nie zawsze byli do tego przygotowani. Stosowanie cyfrowych narzędzi stało się koniecznością w wielu sferach życia Polaków, którzy musieli odbyć przyspieszony „kurs cyfryzacji”, od obowiązków służbowych (często wykonywanych w ramach *home office*, czyli biura w domu), poprzez edukację dzieci i młodzieży, e-usługi, aż do rozrywki (Coraz więcej, 2020). Można przypuszczać, że nawet po powrocie do równowagi po pandemii świat nie będzie już taki sam i wiele z wdrażanych na szybko rozwiązań pozostanie z nami na dłużej.

Oczywiście to nie oznacza rezygnacji z komunikacji klasycznej, która bywa niezastąpiona we wszystkich wymienionych dziedzinach (i w wielu innych). Przykładowo w sferze pracy zawodowej czy edukacji bezpośrednie kontakty interpersonalne są bardzo istotne. Dodatkowo tradycyjne nośniki wiedzy i informacji w niektórych przypadkach sprawdzają się dużo lepiej; w badaniach dowiedziono m.in., że przetwarzanie informacji zapisanych w urządzeniu cyfrowym, w przeciwieństwie do sytuacji, w której nośnikiem jest wydruk, skutkowało niższym poziomem rozumienia, wnioskowania i rozwiązywania problemów, z dominacją konkretów i detali nad treściami wymagającymi abstrakcyjnego myślenia (Kaufman, Flanagan, 2016).

TMC – komunikacja za pośrednictwem technologii (ang. *technologically mediated communication*) – nigdy nie będzie tym samym, co porozumiewanie się twarzą w twarz; jednakże istnieją korzyści ze stosowania takich form

komunikacji, jak zwiększone poczucie bezpieczeństwa w niektórych przypadkach (dzięki dystansowi, brakowi kontaktu interpersonalnego, niekiedy anonimowości), natychmiastowość, większa możliwość regulowania częstości czy głębokości tego, co się chce ujawniać (Farber, Shafron, Hamadani, Wald, Nitzburg, 2012, s. 1226–1227).

Podstawowe różnice między komunikacją klasyczną, twarzą w twarz, a kontaktami internetowymi dotyczą m.in. anonimowości w tym drugim typie, większej kontroli nad rozwojem interakcji, obniżenia bądź braku znaczenia wyglądu fizycznego czy poczucia zmniejszenia dystansu fizycznego poprzez możliwość kontaktu między osobami znajdującymi się faktycznie w dużej odległości od siebie. Są to często cechy, które przeciwnicy lub zwolennicy danego typu komunikacji wymiennie wskazują jako pozytywne bądź negatywne (Hołyst, 2014, s. 395).

Warto podkreślić, że komunikacja przez internet jest prostym i wygodnym sposobem przekazywania informacji, który pozwala oszczędzić czas, materiały i koszty. Równocześnie umożliwia znacznie atrakcyjniejszą formę przekazu dzięki wykorzystaniu obrazów, filmów, grafiki. TMC sprzyja nawiązywaniu i utrwalaniu kontaktów. Internet i telefonię komórkową zaliczamy do metamediów, gdyż łączą one w sobie cechy komunikacji interpersonalnej i masowej, publicznej i prywatnej. Inaczej niż w przypadku mediów klasycznych, w sieci możliwa jest zarówno komunikacja porozumiewawcza (ang. *one-to-one*), skierowana do jednej osoby, rozsiewcza (ang. *one-to-many*), od nadawcy do wielu odbiorców, jak i powszechna (ang. *many-to-many*), od wielu nadawców do wielu odbiorców (Juszczak, 2011, s. 42–46).

Jedną z najistotniejszych cech odróżniających komunikację zapośredniczoną od klasycznej może być brak aspektu komunikacji niewerbalnej, angażującej wszystkie zmysły. Komunikacja niewerbalna sprawia, że lepiej się rozumiemy (przykładowo w bezpośrednim kontakcie łatwiej odczytać czy przekaz zawiera nutę żalu, humoru czy radości niż np. w wypadku komunikatu pisanego, mimo możliwości użycia emotikonów, wyrażających różne emocje). Dodatkową zaletą komunikacji klasycznej jest natychmiastowość przekazu.

Jak wspomniano wcześniej, cechy komunikacji internetowej często są ambiwalentne. Przykładowo, to, że każdy w sieci ma taki sam status, może być zaletą, ale również wadą. Bożena Taras (2004) argumentuje:

Polska społeczność internetowa nie jest zhierarchizowana tak, jak społeczeństwo polskie. Polscy internauci nie sytuują swych rozmówców w hierarchii władzy, autorytetu i znajomości. Akt komunikacji internetowej charakteryzuje się symetrią ról społecznych. Znika bariera dystansu społecznego względem osób stojących wyżej w hierarchii społecznej lub/i zawodowej. Równorzędna ranga uczestników dyskusji sprawia, że anonimowi użytkownicy sieci czują się ważni i dowartościowani, nie boją się atakować (s. 46).

Podobna niejednoznaczność dotyczy języka. Jak podkreśla Anna Martens (2012), komunikacja za pośrednictwem nowoczesnych technologii wymaga większej odpowiedzialności niż w zwykłych kontaktach społecznych, w których na bieżąco można przeciwdziałać ewentualnym nieporozumieniom, równocześnie jednak:

[...] język internetowy charakteryzuje skrótowość, dynamiczność, która nie sprzyja poprawności – powstaje nowy język, nowa gramatyka pełna emotikonów, akronimów, a nawet zmiękczonej, skróconej wulgaryzmów. Oznaczać to może, że inaczej oceniana jest poprawność językowa i dbałość o kulturę wypowiedzi w rzeczywistości, a inaczej w przestrzeni wirtualnej. Inaczej mówiąc, w sieci na pewne zjawiska „przymyka się oko” – niech za przykład posłużą liczne literówki pojawiające się również w publikacjach prasowych, a wynikające z pośpiechu lub niskiego poziomu opanowania klawiatury. W rozmowach na czacie lub na forum pomija się często takie zasady jak stosowanie wielkich liter, interpunkcję (s. 26).

Osoby stosujące komunikację za pośrednictwem technologii, zwłaszcza przedstawiciele najmłodszych pokoleń, wysoko oceniają tę formę w wielu aspektach. W amerykańskich badaniach poświęconych TMC uczestniczyło ponad 500 osób w różnym wieku, z czego 334 miały maksymalnie 25 lat. Brano pod uwagę następujące rodzaje komunikacji: rozmowę telefoniczną, przesyłanie SMS-ów, korespondencję e-mailową, korzystanie z komunikatorów i mediów społecznościowych (np. Twittera, Facebooka), jak również komunikację twarzą w twarz. Respondentów poproszono o porównanie różnych form technologii m.in. pod kątem łatwości komunikowania się, umiejętności przekazywania pewnych rodzajów informacji, tendencji do wywoływania określonych stanów emocjonalnych. Najbardziej wygodnymi formami komunikacji w ocenie respondentów okazały się SMS-y i bezpośrednie kontakty interpersonalne. Podobne wyniki uzyskano w odniesieniu do prawdopodobieństwa poczucia bycia zrozumianym i intymności; w tym zakresie najwyżej oceniono rozmowy twarzą w twarz i telefoniczne. Także w przypadku prywatnych konwersacji, w których zwieramy się przyjacielowi, dzielimy się czymś ważnym czy pytamy o radę, respondenci bardziej cenili formy takie, jak rozmowa telefoniczna czy rozmowa twarzą w twarz. W dwóch ostatnich kategoriach najniżej oceniono Twittera. Prawdopodobieństwo poczucia nieszczerości lub fałszywości w komunikacji wskazano przede wszystkim w odniesieniu do Facebooka; z tego medium korzysta się często w celu uniknięcia bardziej niewygodnej komunikacji twarzą w twarz. Wyniki tego badania i innych wskazują również, że pomimo znaczących wyjątków (jak posty o depresji czy uczuciach samobójczych) młodzi ludzie mają tendencję do utrzymywania pozytywnych interakcji społecznych na stronach takich jak Facebook, przynajmniej w kontaktach powierzchownych. Ponadto użytkownicy nowych mediów mogą

zaspokajać potrzebę budowania własnego wizerunku, zbierając tzw. polubienia, udostępniając aktualne informacje o swoich osiągnięciach, publikując swoje (także nieprzystojne) zdjęcia i poświęcając dużo energii, by przekonać siebie i innych, że „wszystko dobrze” (Farber et al., 2012, s. 1227–1228).

Omawiając zagadnienie komunikacji w nowych mediach, nie sposób pominąć kwestię zagrożeń wynikających z korzystania z internetu. Jak podają autorzy raportu z badań EU Kids Online dotyczącego 2009 roku, zagrożenia te mogą wystąpić w obrębie przekazywanych treści, kontaktów lub zachowań (ang. *content, contact, conduct*). Co istotne, wszyscy użytkownicy mogą być zarówno odbiorcami, uczestnikami, jak i sprawcami ryzykownych sytuacji (Livingstone, Haddon, 2009a). Treściami, których dotyczy wspomniane rozróżnienie, są np. obrazy przemocy, tzw. hejt (ang. *hate* – nienawidzić), czyli przekazy wulgarne, zaczepne, obraźliwe itp., mowa nienawiści (wrogie wypowiedzi mające na celu wzbudzenie niechęci czy wykluczenie jednostki lub grupy ze względu na jej tożsamość), materiały wyrażające uprzedzenia (np. rasistowskie), pornografia, informacje dotyczące używek, nieuczciwy marketing, spam. Zagrożające kontakty mogą być związane z dręczeniem, agresją, prześladowaniem, uwodzeniem, stycznością z nieznanymi czy wyłudzeniem danych osobowych. Zachowania niosące zagrożenie to m.in. nękanie, zastraszanie, cyberagresja, zamieszczanie szkodliwych treści, wysyłanie materiałów pornograficznych czy dostarczanie destrukcyjnych porad (związanych np. z głodzeniem się czy samobójstwem) oraz hazard i hakerstwo (Livingstone, Haddon, 2009b, s. 16). W zasadzie wszystkie wymienione rodzaje zagrożeń mogą pojawić się w komunikacji za pośrednictwem ICT. Niekiedy trudno ich uniknąć, dlatego poza wiedzą dotyczącą tego, jak się przed nimi bronić, warto poznawać sposoby właściwego reagowania, kiedy już wystąpią.

Nowe media a więzi społeczne

Badacze nie są zgodni w kwestii oceny wpływu kontaktów sieciowych na człowieka i jego życie społeczne. Jedne badania wskazują, że korzystanie z internetu przekłada się na niższy dobrostan psychiczny człowieka, poczucie osamotnienia, alienację oraz słabsze więzi z bliskimi i samotność, podczas gdy w innych analizach się to podważa, wskazując znacznie bardziej złożone zależności. Generalnie większe korzyści z kontaktów online czerpią osoby towarzyskie. Istotny jest również sposób użytkowania sieci, np. internauci posługujący się nią ze względów edukacyjnych mieli wyższe wyniki we wskaźnikach integracji społecznej i wsparcia społecznego niż ci, u których przeważały cele towarzyskie i rozrywkowe (Hołyst, 2014, s. 394). Z kolei z niektórych badań wynika, że osoby spędzające

dużo czasu online nie zmieniały swoich zachowań w tzw. realu, a niekiedy stawały się nawet bardziej zaangażowane społecznie (Grinberg, 2017, s. 80). Rozbieżności czy nawet sprzeczności widoczne we wnioskach z różnych badań potwierdzają wielowymiarowość problematyki, co niesie z sobą potrzebę podejmowania jej z różnych perspektyw.

Odnosząc się jeszcze do zarzutu dotyczącego tworzenia wyłącznie słabych więzi za pośrednictwem komunikacji w sieci: zwolennicy tej formy podkreślają, że jest ona bardzo użyteczna w sytuacjach zadaniowych, w których głębszy kontakt nie jest konieczny. Równocześnie eksponują oni korzyści płynące z tworzenia silnych więzi także w świecie wirtualnym poprzez poczucie przynależności grupowej, łatwiejsze otwarcie się, dzielenie się wspólnymi doświadczeniami, dawanie i doznawanie wsparcia. Pozytywną stroną takich kontaktów jest również to, co w świecie realnym nie zawsze można uzyskać, a więc uwzględnianie indywidualnych celów i potrzeb jednostki będącej aktywnym i świadomym użytkownikiem sieci (Hołyst, 2014, s. 398).

Dodatkowo, jak stwierdził Barry Wellman (za: Grinberg, 2017, s. 81), wspólnoty wirtualne nie stoją w opozycji do tradycyjnych, ale stanowią nowy typ społeczności, połączonych różnego rodzaju więziami, wspólnym życiem towarzyskim, wspieraniem się, wymianą informacji, poczuciem przynależności i tożsamości społecznej. W życiu realnym powszechne więzi wynikają np. z sąsiedztwa czy pokrewieństwa, a poczuciu bliskości sprzyja podobieństwo w aspektach takich, jak płeć, wiek, wygląd, status społeczny, pochodzenie etc. W internecie zaś ludzie mogą połączyć wspólne cele, wartości, postawy, podczas gdy wymienione wcześniej wspólne atrybuty przestają mieć kluczowe znaczenie (Grinberg, 2017, s. 81–82). Dodatkowym atutem komunikacji w sieci jest zupełny brak wpływu dystansu geograficznego, ponieważ możemy w każdej chwili „połączyć się” z osobą bądź osobami znajdującymi się praktycznie w dowolnym miejscu na całym świecie. Ta cecha komunikacji w sieci pomaga nawiązywać kontakty z użytkownikami, których poznanie często byłoby niemożliwe, a równocześnie ułatwia podtrzymywanie więzi już istniejących, np. z członkami rodziny bądź przyjaciółmi, którzy wyjechali do innego miasta lub państwa.

Wreszcie warto podkreślić, że porozumiewanie się online może stanowić swego rodzaju wybawienie czy azyl dla użytkowników, którzy nie czują się komfortowo w komunikacji twarzą w twarz, a więc dla osób nieśmiałych, przejawiających lęk społeczny (Pierce, 2009, s. 1367–1372) czy wręcz fobię społeczną, mających głębokie kompleksy związane ze swoim wyglądem (np. subiektywną nieatrakcyjnością, bliznami, tikami, które w sytuacji stresogennej mogą być jeszcze bardziej intensywne) lub ze sposobem wypowiedzania się (np. osoby jękające się, mające inne trudności logopedyczne). Nowe media, szczególnie serwisy społecznościowe, dają im szansę na komunikowanie się z innymi nieobciążone negatywnymi przeżyciami, jakich doświadczali w bezpośredniej komunikacji interpersonalnej.

Podsumowanie

Mimo zagrożeń, jakie wiążą się z korzystaniem z nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych, trudno przewidywać, żeby świat zrezygnował z porozumiewania się za ich pośrednictwem, ze względu na ich powszechność, wygodę, komfort i wiele innych zalet. Można raczej przypuszczać, że będą one ewoluowały i się rozwijały, kształtowane w taki sposób, by jeszcze lepiej i skuteczniej służyć człowiekowi. Jednak ważne jest, by mieć świadomość, jakie ryzykowne sytuacje mogą przydarzyć się użytkownikom nowych mediów, i być przygotowanym na podjęcie właściwych działań, kiedy to się stanie. Pozytywnym zjawiskiem jest to, że wraz z rozwojem technologii wzrastają świadomość i kompetencje osób, które je stosują, ale równocześnie trzeba zdawać sobie sprawę z tego, że ciągle powstają kolejne zagrożenia. To oznacza, że potrzebne są systematyczne starania na rzecz zwiększenia świadomości społecznej w zakresie właściwego, bezpiecznego i odpowiedzialnego użytkowania nowych mediów, w tym edukacja medialna dzieci i młodzieży. Są to bowiem grupy, które korzystają z ICT w sposób bardzo zaawansowany, a przecież brakuje im, jeśli nie wiedzy technicznej, to z pewnością doświadczenia życiowego, które pomaga unikać zagrożeń (a wręcz przeciwnie – młody wiek często sprzyja ryzykownym zachowaniom). Wspomniane kształcenie zaś winno być ściśle związane z badaniami diagnostycznymi poświęconymi tym zagadnieniom i umożliwiającymi tworzenie projektów edukacyjnych będących odpowiedzią na bieżące potrzeby. Podejmowanie takich wieloaspektowych analiz, wobec współczesnej, stale zmieniającej się rzeczywistości, wydaje się koniecznością.

Bibliografia

- BORZUCKA-SITKIEWICZ, K., LEKSY, K. (2017). *Ekshibicjonizm społeczny w Internecie. Motywy i potencjalne zagrożenia dla zdrowia i bezpieczeństwa młodzieży*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Coraz więcej rozmawiamy przez telefon (2020, 20 maja). Bankier.pl, <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Coraz-wiecej-rozmawiamy-przez-telefon-7887546.html> [data dostępu: 6.02.2021].
- DZIADZIA, B. (2008). *Wpływ mediów. Konteksty społeczno-edukacyjne*. Kraków: Impuls.
- Edukacja medialna wyzwaniem XXI wieku* (2008). Edukacja Medialna, <http://www.edukacjamedialna.pl/news.php?extend.136.1> [data dostępu: 16.02.2021].
- FARBER, B.A., SHAFRON, G., HAMADANI, J., WALD, E., NITZBURG, G. (2012). Children, technology, problems, and preferences. *Journal of Clinical Psychology*, 68(11), 1226–1229. <https://doi.org/10.1002/jclp.21922>.

- GOBAN-KLAS, T. (2011). *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*. Kraków: Universitas.
- GRINBERG, E. (2017). Cyberprzestrzeń – aspekt społeczny tworzenia się więzi oraz wynikających z tego problemów społecznych. W: M. GÓRKA. (red.), *Cyberbezpieczeństwo dzieci i młodzieży. Realny i wirtualny problem polityki bezpieczeństwa* (s. 71–87). Warszawa: Difin.
- HOŁYST, B. (2013). *Zagrożenia ładu społecznego* (t. 1). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- HOŁYST, B. (2014). *Zagrożenia ładu społecznego* (t. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. Internet Live Stats, <https://www.internetlivestats.com> [data dostępu: 10.02.2021].
- JAKUBOWSKI, W. (2011). Media, tożsamość i edukacja. W: S. JASKUŁSKA, W. JAKUBOWSKI (red.), *Kultura mediów, ciało i tożsamość. Konteksty socjalizacyjne i edukacyjne* (s. 15–32). Kraków: Impuls.
- JUSZCZYK, S. (2011). Internet – współczesne medium komunikacji społecznej. *Edukacja i Dialog*, 5–6, 42–46.
- KAUFMAN, G., FLANAGAN, M. (2016): High-low split: divergent cognitive construal levels triggered by digital and non-digital platforms. W: *CHI '16: Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (s. 2773–2777). New York: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858550>.
- LIVINGSTONE, S., HADDON, L. (2009a): *EU Kids Online: Final report*. London: The London School of Economics and Political Science, EU Kids Online. https://www.researchgate.net/publication/313012759_EU_Kids_Online_final_report_2009/link/588c9a86aca272fa50df225f/download [data dostępu: 22.01.2021].
- LIVINGSTONE, S., HADDON, L. (2009b). Introduction. W: S. LIVINGSTONE, L. HADDON (red.), *Kids online: opportunities and risks for children* (s. 1–6). Bristol: The Policy Press.
- MARTENS, A. (2012). Formy i normy – język komunikacji internetowej, rozważania wstępne. *Kwartalnik Internetowy „Komunikacja Społeczna”*, 2, 20–28. <https://socialcommunication.edu.pl/wp-content/uploads/2016/02/114-KOMUNIKACJA-SPO%C5%81ECZNA-nr-2-2012.pdf> [data dostępu: 27.04.2021].
- MCQUAIL, D. (2007). *Teoria komunikowania masowego*. Tłum. M. BUCHOLC, A. SZUŁŻYCKA. Red. T. GOBAN-KLAS. Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- MOŁĘDA-ZDZIECH, M. (2014). „Nowe nowe media” według Paula Levinsona – kreatywna nazwa czy innowacyjna koncepcja? W: A. ZORSKA, M. MOŁĘDA-ZDZIECH, B. JUNG (red.), *Kreatywność i innowacyjność w erze cyfrowej. Twórcza destrukcja 2* (s. 101–121). Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej.
- PIERCE, T. (2009). Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teen. *Computers in Human Behavior*, 25, 1367–1372. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.003>.
- TARAS, B. (2004). Anonim w Internecie, czyli o komunikacji incognito. W: M. KITA, J. GRZENIA (red.), *Dialog a nowe media* (s. 42–51). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- WARZECHA, K. (2018). Technologie informacyjno-komunikacyjne wykorzystywane przez młodzież – szanse i zagrożenia. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 350, 115–136.
- We are social – global digital report 2020* (2020). <https://wearesocial.com/digital-2020> [data dostępu: 8.01.2021].
- ZAPĘDOWSKI, P. (2014). Funkcjonowanie człowieka w cyberprzestrzeni – świat wirtualny w realiach second life. W: J. BEDNAREK (red.), *Człowiek w obliczu szans cyberprzestrzeni i świata wirtualnego* (s. 151–160). Warszawa: Difin.