

Sprawozdanie z ogólnopolskiej konferencji „Recepcja mediów przez młodzież w wieku szkolnym”, Lublin, 17 maja 2017

Agata Opolska-Bielańska

Zakład Dziennikarstwa Wydziału Politologii UMCS oraz Zakład Tekstologii i Gramatyki Współczesnego Języka Polskiego Instytutu Filologii Polskiej UMCS w dniu 17 maja 2017 roku zorganizowały ogólnopolską konferencję. Było to cykliczne spotkanie poruszające problem recepcji mediów przez dzieci – w tym roku tematyka konferencji dotyczyła recepcji mediów przez młodzież w wieku szkolnym. Spotkanie odbyło się w budynku Wydziału Humanistycznego UMCS w Lublinie. Organizatorami konferencji były prof. dr hab. Barbara Boniecka z Zakładu Tekstologii i Gramatyki Współczesnego Języka Polskiego oraz dr Anna Granat z Zakładu Dziennikarstwa.

Konferencję otworzyli przedstawiciele władz uczelni oraz organizatorki. Po uroczystym powitaniu merytoryczną część spotkania zapoczątkowała dr hab. Edyta Manasterska-Wiącek z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, która poprowadziła dyskurs na temat *Co mówią nastolatki w kontakcie z mediami*. Na podstawie swojego długoletniego doświadczenia zawodowego i prac nastolatków wskazała na modyfikację czasową pomiędzy relacjami nastolatek a mediami. Konkluzją był wniosek wskazujący na zmianę postrzegania mediów i stawianych im oczekiwań przez nastolatków, a także powszechny już fakt, że dla większości odbiorców tej grupy wiekowej media przeniosły się do internetu.

Do tematu nawiązała dr Bernadeta Didkowska z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, która z wykształcenia jest artystką

plastykiem. Oczywiste zamiłowanie do rysunku skierowała w swojej karierze naukowej w stronę analizy rysunku dziecka. Rysunek stanowi bowiem język wizualny i jest uniwersalny. W wystąpieniu *Czy zobaczyć, to znaczy uwierzyć?* na licznych przykładach prac wykonanych przez dzieci wykazała wyższość formy graficznej nad pisaną. Nawiązując do maksymy Kartezjusza – to co widzę, jest ostateczne – udowodniła, że zmysł wzroku jest dominujący, choć również współpracuje z innymi zmysłami. Obraz wyraża myśli i emocje, ale spontanicznie i bez treści. Jak zauważyła autorka tematu, do odbioru obrazu nie potrzeba wykształcenia, umiejętności – obraz oglądają już małe dzieci. Inaczej jest w przypadku informacji pisanej, gdzie potrzebna jest znajomość liter, łączenia ich w wyrazy i interpretacji. Przykładem mogą być memy, które przekazują treść w formie graficznej oraz emoikony, które potrafią zastąpić całe słowa lub frazy. Obecnie młodzież w kontakcie między sobą posługuje się emoikonami, nie używając liter, a jedynie znaków tworzących umowny i powszechnie rozumiany obraz. Wnioski z rozważań widoczne są w obrazkach rysowanych przez młodzież – z upływem czasu ich rysunki uległy dużej modyfikacji. Rozważania dotyczące kształcenia wizualnego kontynuowała dr Dominika Łowkajtis, również z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Swoje wystąpienie zatytułowała *Edukacja medialna a kształcenie wizualne młodzieży w wieku szkolnym*. Na wstępie scharakteryzowała młodzież urodzoną po 1990 roku jako pokole-

nie C, które charakteryzuje się brakiem barier w dostępie do mediów, w tym – do internetu. Jej zdaniem zagrożenia w tej grupie wiekowej wiążą się z rozproszeniem uwagi, problemami z koncentracją nad dłuższymi tekstami, obniżeniem zdolności przetwarzania treści (które wynikają ze zmian w neuronalnej budowie mózgu), upośledzeniem myślenia abstrakcyjnego, brakiem kreatywności, brakiem krytycyzmu w odbiorze treści. Dlatego kształcenie uczniów powinno zmierzać w kierunku dojrzałej medialności, rozwijać kompetencje społeczne, dążyć do rozwoju postaw jednostki oraz kreatywnego przetwarzania oglądanych treści. Pozytywną stroną rozwoju technologii jest rozwój kompetencji współczesnego ucznia, inspirowanie do projektów działań edukacyjnych, umiejętność korzystania z dużych e-zasobów, rozumienie języka wizualnego, nawiązywanie międzynarodowych relacji w poszukiwaniu informacji na zadany temat oraz czerpanie wiedzy z polskich i światowych baz danych. Prelegentka zaprezentowała wybrane strony internetowe, z jakich korzystają uczniowie w celu poszerzenia swojej wiedzy. Korzyścią dla młodzieży w rozwoju ich umiejętności jest na pewno edukacyjny potencjał urządzeń mobilnych. Zintegrowany model edukacji audiowizualnej umożliwia tworzenie komunikatów wymagających zaangażowania intelektualnego i uruchamiania wyobraźni, zaś twórcze wykorzystywanie technologii rozwija samodzielne myślenie, kształci postawy samo-realizacji i tolerancji w dokonywaniu oceny estetycznej zjawisk wizualnych.

Dobrym uzupełnieniem wcześniejszych tematów była prelekcja dr Agaty Opolskiej-Bielańskiej z Uniwersytetu Warszawskiego. W wystąpieniu *Nastolatek jako klient mediów* autorka zaprezentowała wyniki własnych badań, których celem była analiza relacji młodzież–media. Przebadanych zostało 526 osób w wieku 11–19 lat, udział w badaniu był dobrowolny i anonimowy. Zawarte w nim pytania dotyczyły najczęściej wybieranego medium, popularności mediów, wpływu mediów na decyzje młodzie-

ży, zaufania wobec informacji zawartych w mediach, słowem – odpowiedzi, czego młodzież poszukuje w mediach, ulubionych mediów społecznościowych i czasu im poświęconego oraz anonimowości w sieci.

Uzyskane wyniki nie były zaskoczeniem, ale istotnym potwierdzeniem obiegowych opinii: młodzież najczęściej korzysta z mediów społecznościowych, a częstotliwość aktywności w nich jest nieograniczona. Decyzje podejmowane są na podstawie postów zawartych na stronach firm lub na blogach, forach. Opinie są tworzone w oparciu o wypowiedzi znanych osób w internecie. Pozytywne jest, że młodzież zdaje sobie sprawę z braku anonimowości w sieci, na co wskazuje wynik 74,9 proc. ankietowanych. Dzisiejsze nastolatki przeniosły się do sieci i za pośrednictwem aplikacji korzystają z mediów tradycyjnych – prasy, telewizji i radia. Potwierdzenie powyższych rozważań można było znaleźć w wystąpieniu mgr. Bartosza Pietrzyka z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej pt. *Cyberprzestrzeń i środowisko Web 2.0 jako platforma komunikacji młodzieży*. Autor analizował tytułowe zjawisko w oparciu o badania ilościowe i jakościowe. Rozważania rozpoczął od wyjaśnienia zjawiska cyberprzestrzeni w komunikacji. Nowe media/media cyfrowe stają się głównym przekazywaczem informacji. Odbiór informacji i ich analiza prowadzą do zdobycia wiedzy na dowolny temat. Media społecznościowe w formule Web 2.0 służą jako bazy danych i dają możliwość odbierania, tworzenia i wyznaczania kierunków rozpowszechniania treści. Potencjał mediów społecznościowych jest związany z kreowaniem własnych przekazów, komunikatów i publikacji przez użytkowników oraz udostępnianie wpisów innych użytkowników. Media społecznościowe stanowią zatem platformę komunikacji pomiędzy młodzieżą. Tworząc przestrzeń na wspólnotach zainteresowań, kreują własną tożsamość. W taki sposób często tworzą się e-przyjaźnie, które umożliwiają szczere rozmowy bez ograniczeń (zdarzających się np. w kontaktach osobi-

stych). Konkluzją wystąpienia było wskazanie siły, jaką posiada cyberprzestrzeń i środowisko Web 2.0 w relacjach młodzieży, przesyłaniu komunikatów, kreowaniu tożsamości i relacji interpersonalnych.

Po tym wystąpieniu wywiązała się dyskusja podsumowująca pierwszy blok konferencji. Zarówno prelegenci jak i uczestnicy spotkania wymieniali się poglądami na poruszane tematy. Ciekawym elementem było wspólne ustalenie od którego i do którego wieku mówimy o młodzieży. Analizie poddano sytuacje, kiedy młody człowiek już chce być nazywany nastolatkiem, a nie dzieckiem, oraz sytuacje, kiedy osoba pełnoletnia sama określa się jako młodzież, ponieważ przebywa w domu rodzinnym, uczy się i jest utrzymywana przez rodziców. Konkluzją dyskusji było stwierdzenie szybko narastającej zmiany jaka zachodzi wśród nastolatków, wynikającej być może właśnie z dostępu do zasobów internetu, które kreują odmienne podejście do bycia nastolatkiem aniżeli definiowane do tej pory. Następnie mniej oficjalna dyskusja, dotycząca konkretnych autorów i ich wystąpień, przeniosła się do kuluarów...

Po przerwie powrócono do obrad. Pierwsze wystąpienie w drugim bloku wygłosili Laura Zbytniewska i Adrian Ulidowski, absolwenci studiów licencjackich z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. Temat ich wystąpienia to *Teorie wpływu mediów w postrzeganiu paradokumentu „Szkoła” przez młodzież w wieku szkolnym*. Wnioski jakie wyczytano z badań wskazują, że respondenci utożsamiają się z bohaterami programu, widząc w ich problemach swoje. W ten sposób widzowie kształtują sobie pogląd na temat współczesnej szkoły, postrzegając ją przez pryzmat telewizyjnej hiperrzeczywistości, która nie odzwierciedla jej autentycznych problemów. Uzupełnieniem badań dotyczących *Szkoły* była obserwacja dotycząca postrzegania paradokumentu przez licealistów. Okazuje się, że uczniowie swoją wiedzę czy wyobrażenia o życiu czerpią właśnie z para-

dokumentów. Oglądane programy wpływają na ich zachowania i postawy, co może skutkować tym, że nieświadomie mogą je powielać w świecie rzeczywistym. W większości badani deklarowali, że paradokumenty informują ich o niewłaściwych zachowaniach oraz stanowią źródło wiedzy o tym, jak sobie z nimi poradzić. Takie interpretowanie oglądanych zdarzeń prowadzi do hiperbolizacji, która stanowi najczęstsze zagrożenie dla nastolatków.

Agnieszka Kamińska oraz Krystian Nowak, licencjaci z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, omówili temat *Postrzeganie wizerunków kobiet w reklamach telewizyjnych przez młodzież w wieku szkolnym*. W reklamie płęć jest często stereotypowo powiązana z przedmiotem. Płęć wpływa na odbiór reklamy, popularność i sprzedaż produktu. Dominującą płęcią w reklamie jest kobieta. Jej wizerunek może zachęcać do kupna produktów kojarzonych zarówno z domowym ogniskiem, jak i tych przeznaczonych dla mężczyzn. Autorzy wystąpienia zaprezentowali różne typologie kobiet występujących w reklamie. Analiza tematu była oparta na badaniu, z którego wynikało, że tyle samo osób zwraca, co nie zwraca uwagi na płęć osób występujących w reklamie. Jednakże większość respondentów wyrażała opinię, że o skuteczności reklamy przesądza płęć – kobieta jest bardziej przekonująca.

Do tematyki wpływu mediów społecznościowych na potrzeby generacji Z powróciła Anna Medvedieva, również licencjatka z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, która podczas anglojęzycznej prelekcji wskazała na relacje: pokolenie Z a media społecznościowe (według badań przeprowadzonych w 2015 roku przez Centrum Badawcze 71 proc. nastolatków posiada profil na Facebooku). W dalszej części wystąpienia zaprezentowała badania, jakie zostały przeprowadzone na Ukrainie wśród młodzieży w wieku 13–16 lat. Dla 29 z 30 osób media społecznościowe należą do stałej części dnia codziennego. Większość badanych korzysta z internetu częściej niż pięć razy w ciągu

dnia, a punktem docelowym są właśnie media społecznościowe. Pokolenie Z, czyli osoby urodzone w latach 90., ale przed rokiem 2000, nie wyobrażają sobie życia bez internetu. Mają go niemal cały czas w zasięgu ręki, korzystają z niego prawie non stop, jedynie z krótką przerwą na sen. Znaczna część użytkowników śledzi celebrytów w mediach społecznościowych i polega na ich opiniach. Konkluzją z tych badań jest fakt, że media społecznościowe zaspokajają potrzeby młodzieży na różnych płaszczyznach oraz kreują nowe. Pokolenie Z, wzrastające wraz z rozwojem technologii, charakteryzuje się otwartym umysłem dzięki rozległym możliwościom, jakie daje im umiejętność korzystania z internetu. Optymistycznym zakończeniem rozważań było uświadomienie uczestnikom spotkania, że poszukiwanie nowych możliwości przez pokolenie Z prowadzi również do nowych odkryć.

Konferencję zakończyło wystąpienie dr Anny Granat z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej pt. *Jak media wpływają na zachowania ko-*

munikacyjne? Odbiorcza świadomość młodzieży w wieku szkolnym, które miało na celu zwrócenie uwagi na modyfikację komunikacji pomiędzy młodzieżą. Wpływ mediów na język nastolatka jest bardzo duży. Jak zauważyła prelegentka, sami gimnazjaliści są świadomi silnego oddziaływania internetu na ich język. Coraz częściej w literaturze można spotkać określenia wskazujące na tworzenie się nowego języka wzorowanego na środowisku mediów. Mają na to wpływ nie tylko gry komputerowe, ale przede wszystkim komunikatory społecznościowe, komunikacja za pośrednictwem SMS-ów, emotikony. Coraz częściej można spotkać brak podziałów pomiędzy wyrazami, skróty myślowe, obrazki zamiast treści i błędy gramatyczno-stylistyczne, które już nie dziwią. Takie wypowiedzi jak na przykład „czytałem w telewizji”, „czytałam coś, co powiedziało radio” czy „jak podaje internet” to codzienne zwroty młodego człowieka. Niepokój o stan języka polskiego w epoce dynamicznie rozwijających się komunikatorów zakończyło wystąpienie dr Granat.