Jakub Jakubowski
Zuzanna Czachorek

Tajemnica trzech kropek.

Jak młodzież szkolna korzysta z komunikatorów internetowych?

Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Poznań 2023

Badania opisane w tej książce zrealizowane zostały w ramach programu Inicjatywa Doskonałości Uczelnia Badawcza realizowanego w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

016/12/POB5/0020, Nr konkursu: 016, Zadanie: 12 – Powstanie i rozwój Institute for Advanced Studies in Social Sciences and Humanities, Obszar (POB): POB5 – Arts & Humanities; Social Science, Tytuł projektu: „Zachowania internetowe młodzieży (#Yoof) – między kreacją a translokacją" (*YOuth Online Functioning (#Yoof) – between creation and translocation*).

049/34/UAM/0040, Nr konkursu: 049, Zadanie: 34 – Opracowanie szczegółowych zasad i realizacja pakietu wsparcia Study@research, Obszar (POB): UAM – Adam Mickiewicz University, Tytuł projektu: Analiza danych jakościowych w badaniu wzorów zachowań korzystania ze smartfonów przez młodzież szkolną.

Recenzenci:

dr hab. Beata Pająk-Patkowska

dr hab. Małgorzata Adamik-Szysiak

© Copyright by Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
ul. Uniwersytetu Poznańskiego 5, 61-614 Poznań, tel. 61 829 65 17

Wydawca: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
ul. Uniwersytetu Poznańskiego 5, 61-614 Poznań, tel. 61 829 65 17

ISBN 978-83-66740-80-8

Skład komputerowy – „MRS"
60-408 Poznań, ul. P. Zołotowa 23, tel. 61 843 09 39
Druk i oprawa – PERFEKT – Gaul i Wspólnicy sp.j., ul. Skórzewska 63, 60-185 Skórzewo

Spis treści

Od Autorów 5

I. Wstęp: o badaniach nad komunikacją internetową młodzieży 9

II. Pokolenie Z i smartfony – co badaliśmy? 29

III. Współczesna komunikacja młodzieży *online* – jak znaleźć teorię i metodę badawczą? 45

IV. Jak młodzież komunikuje się z rówieśnikami za pomocą smartfona? Raport z badań 73

1. Tolerancja wobec błędów językowych. 84
2. Tolerancja wobec asynchroniczności 89
3. Indywidualizacja stylistyczna 92
4. Autocenzura cyfrowa 95
5. Dywersyfikacja narzędzi komunikacji 97
6. Stymulowanie i symulacja 100
7. Utrwalanie 102
8. *Ghosting* 105
9. Gry relacyjne 107
10. Interpretacja emotikonów i skrótów w komunikacji 110
11. Estetyzacja wypowiedzi 115
12. Influenceryzacja 118
13. Komunikacja transakcyjna 119
14. Dywersyfikacja reakcji graficznych 122
15. Ukrywanie dostępności 125

V. Smartfon w rękach młodzieży – teraźniejszość i przyszłość 133

Bibliografia 151

Od Autorów

Książka, którą oddajemy w ręce czytelników i czytelniczek to dla nas jeden z kolejnych kroków na drodze do lepszego zrozumienia współczesnej młodzieży. Tym razem na warsztat wzięliśmy temat, który wydaje się być wciąż nieodkrytą kartą w naukach o komunikacji społecznej i mediach, ale i w codziennym życiu, kiedy spoglądamy na młodych ludzi stukających palcami w ekran smartfona. Zdajemy sobie sprawę z tego, że urządzenie to stanowi dziś dla człowieka swoiste centrum zarządzania kontaktami z członkami rodziny, przyjaciółmi, znajomymi z pracy, kolegami i koleżankami w klasie. Wiemy, że budowanie w ten sposób relacji z innymi ludźmi to proces, którego nie da się zastąpić niczym innym – bez współczesnej wersji telefonu życie społeczne najpewniej by zamarło. Wciąż nie posiadamy jednak precyzyjnej wiedzy na temat tego, jak proces ten odbywa się na poziomie konkretnych czynności, kiedy młody człowiek bierze urządzenie mobilne do ręki i uruchamia aplikację służącą codziennej wymianie informacji.

Choć widok ludzi wysyłających sobie wiadomości przez komunikatory internetowe jest powszechny, wcale nie tak łatwo zajrzeć im przez ramię, by zrozumieć, jak i dlaczego wykonują *screenshot* (z ang. zrzut ekranu), z jakiego powodu niektórzy dzielą wiadomości na krótsze partie tekstu i jakie odczucia rodzi w nich pojawiający się i znikający w konwersacji wielokropek. To właśnie on, jako symbol „ukrytego wymiaru" komunikacji interpersonalnej z wykorzystaniem urządzeń mobilnych, pojawił się w tytule tej publikacji, wskazując najważniejszy kierunek naszych rozważań: pewną znaczeniową nadbudowę, która towarzyszy kontaktom *online.*

Książka ta podzielona jest na kilka rozdziałów. W ramach pierwszego z nich zastanawiamy się nad rolą smartfona w codzienności młodych osób i nad tym, czy to właśnie upowszechnienie się nawykowego korzystania z urządzenia mobilnego wywołało pokoleniową rewolucję. Czytelnicy i czytelniczki znajdą tam wprowadzenie do zagadnienia sposobów komunikowania się współczesnej młodzieży, rozważania na temat genezy i zasadności tzw. „netykiety" oraz informacje dotyczące uwzględnionych przez nas: kontekstu, założeń i celów badawczych projektu.

Po próbach zdefiniowania roli smartfona w życiu młodych ludzi, w rozdziale drugim piszemy o tym, w jaki sposób młodzież wykorzystuje go do codziennej komunikacji: załatwiania spraw, rozrywki

i podtrzymywania kontaktów społecznych. Szczególnie interesuje nas rola komunikatorów, takich jak popularna aplikacja Messenger. Oddając głos badanym uczniom, staramy się znaleźć odpowiedź na pytanie, czy można zdefiniować ten specyficzny rodzaj komunikacji, biorąc pod uwagę mnogość narzędzi i form, z których młodzież intuicyjnie korzysta każdego dnia. Poruszamy również temat komunikacyjnych kompetencji, niezbędnych do pozostawania w kontakcie *online*. Zadajemy tym samym pytania: jak wyglądają nowe mechanizmy budowania komunikatów? Czy wpisują się w znane i od lat upowszechniane przez badaczy teorie oraz zbiory umiejętności komunikacyjnych?

W rozdziale trzecim przybliżamy nasze perspektywy badawcze. Od opisu własnych obserwacji przechodzimy do poszukiwania teorii oraz metod i wreszcie opisu koncepcji badania będącego tematem tej książki. Dzielimy się wskazówkami dotyczącymi naukowego poruszania się po nowej dziedzinie, jaką jest komunikacja interpersonalna *online* (szczególnie między przedstawicielami młodego pokolenia). W ramach tego rozdziału opisujemy procedurę badawczą i szczegóły dotyczące organizacji wywiadów pogłębionych z uczniami. Czytelnicy i czytelniczki znajdą tam nasze rekomendacje dotyczące realizacji tego typu badań.

Rozdział czwarty to opis rezultatów – raport z badań. Wnioski służą nam do stworzenia katalogu translokacyjnych i nietranslokacyjnych zachowań komunikacyjnych. Opisujemy kilkanaście mechanizmów, sformułowanych po analizie transkrypcji wywiadów pogłębionych z przedstawicielami młodzieży szkolnej. Pokazujemy zależności między budowaniem relacji przez młode osoby a ich umiejętnościami technologicznymi i na ich podstawie formułujemy listę rekomendacji – opisaną szczegółowo w rozdziale piątym. W ramach niego staramy się odpowiedzieć na pytanie, co mogą zrobić dorośli, by lepiej zrozumieć świat dzieci i nastolatków. Formułujemy pięć głównych wskazówek, które mogą być pomocne w pojmowaniu różnic pokoleniowych czy w codziennej pracy rodziców i nauczycieli z młodzieżą. Na koniec dzielimy się także tym, co ograniczało nasze badania i jak można by je rozszerzyć w przyszłości.

Książka ta powstała głównie w oparciu o rozmowy z przedstawicielami pokolenia Z – a więc osobami, które w początkach trzeciej dekady XXI wieku stanowiły większość uczniów i studentów w pol-

skich szkołach. Czytelnicy i czytelniczki znajdą w niej obszerne cytaty z przeprowadzonych z nimi wywiadów. Uważamy je za dużą wartość tej publikacji – stanowią one bowiem istotny punkt wyjścia do dyskusji o wszystkich zjawiskach i procesach, które udało nam się skatalogować i opisać. Ze względu na wymogi anonimowości, nie jesteśmy w stanie podziękować im z imienia i nazwiska. Mamy jednak nadzieję, że trzymając tę książkę w rękach będą mieli świadomość, jak dużą pomoc nam okazali poprzez swoją otwartość i bezinteresowną chęć wspierania nauki, w szczególności, że możliwość pochwalenia się tym na TikToku była dość znikoma. Podziękowania należą się też rodzicom, nauczycielom i przedstawicielom administracji szkół, którzy wyrazili zgodę na przeprowadzenie wywiadów z uczniami. W czasach, w których obca osoba na terenie szkoły wzbudza coraz większą podejrzliwość, okazane nam zaufanie i dobra wola okazały się bezcenne w realizacji badawczych celów.

Dziękujemy naszemu grantodawcy na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, który sfinansował badania w ramach programu Inicjatywa Doskonałości – Uczelnia Badawcza, a także recenzentom i wszystkim tym, którzy w akademii wspierali nasz projekt. W końcu dziękujemy naszym rodzinom i przyjaciołom – oni też są użytkownikami smartfonów i chętnie dzielili się swoimi spostrzeżeniami, obserwując na co dzień młodych ludzi pochylonych nad ekranami. Tego typu inspiracje są ważnym i wciąż niedocenianym w procedurze badawczej etapem zbierania pomysłów na to, co warto weryfikować, formułując na dalszych etapach cele, hipotezy i pytania badawcze.

Oddajemy w ręce czytelnika książkę licząc, że nasze badania będziemy mogli wkrótce kontynuować w oparciu o większą próbę badawczą i metodologię opartą o dane ilościowe. Pozwoli nam to nie tylko na zweryfikowanie kolejnych hipotez powstałych w trakcie prac badawczych, ale i spojrzenie na problem z szerszej perspektywy. Ponadto, dynamika zmian w obszarze komunikacji interpersonalnej wymaga ciągłych aktualizacji. Wszystko to sprawia, że czujemy badawczy niedosyt i zamierzamy dalej pracować nad rozwiązaniem tajemnicy, nie tylko trzech kropek, ale i wielu innych symboli i zachowań będących efektem korzystania z komunikatorów internetowych przez młodzież szkolną.

I. Wstęp:
o badaniach nad komunikacją internetową młodzieży

O czym? W tej części książki odpowiadamy na pytania: na czym polega rewolucja pokoleniowa, która nastała wraz z nadejściem generacji Z? Czy współczesna młodzież jest wyjątkowa? Czy współczesne różnice pokoleniowe są głębsze niż jeszcze kilkadziesiąt lat temu? Jaką rolę w życiu współczesnej młodzieży odgrywa smartfon? Dlaczego dla młodych ludzi tak ważne jest poczucie bezpieczeństwa? Z jakich powodów warto badać nie tylko „wielkie sprawy", ale i codzienność? Czym jest netykieta i czy kiedykolwiek istniała?

Dla kogo? Badacze znajdą tu ogólną charakterystykę współczesnej młodzieży. Może być ona jednak ciekawa przede wszystkim dla nauczycieli i rodziców, którzy próbują odpowiedzieć sobie na pytanie: dlaczego ich dzieci i podopieczni zachowują się w sposób, który nie zawsze wydaje im się zrozumiały? Współcześni uczniowie i studenci będą zaś mogli przejrzeć się w tym rozdziale jak w lustrze i porównać charakterystykę swojego pokolenia z codziennością, w której przyszło im żyć.

W naszych nieustannych próbach zrozumienia współczesnej młodzieży często uwzględniamy różnice w zachowaniach, a także nowe ich typy wśród przedstawicieli następujących po sobie generacji. Do opisywania tych procesów stosujemy liczne pojęcia, takie jak różnice czy luki pokoleniowe. Przyzwyczailiśmy się też do nazywania poszczególnych generacji kolejnymi literami alfabetu. Badamy ich cechy charakterystyczne na gruncie komunikacji, religijności, zachowań konsumenckich, wykształcenia czy seksualności. Korzystamy z wielu parametrów, którymi jesteśmy w stanie określić jak populacje zmieniają się w czasie. W społecznej świadomości wiedza ta jest jednak wtórna wobec powszechnego przeświadczenia osób w wieku średnim i seniorów, że dzieci oraz młodzież diametralnie różnią się od swoich rodziców i dziadków. Przedstawiciele starszych pokoleń dostrzegają to na gruncie stosowanego języka, wiedzy i umiejętności, mody, wyznawanych wartości, form spędzania wolnego czasu czy zainteresowań. Przyjmuje to nierzadko formę – odbieranych z uśmiechem przez młodzież – haseł i sloganów typu: „kiedyś to było…", „ach, ta dzisiejsza młodzież", „za moich czasów to byłoby nie do pomyślenia!". Młodzi ludzie odwdzięczają się zaś frazą „OK Boomer" wskazującą na anachroniczny sposób myślenia przedstawicieli pokoleń – w domyśle – przedinternetowych.

Zjawisko to wydaje się powszechne zarówno historycznie, jak i kulturowo: bunt młodego pokolenia i utyskiwanie nań przedstawicieli pokoleń wcześniejszych to odwieczna próba sił między chęcią zachowania *status quo* a społecznym dążeniem do zmian. Kompleksowe badania często wskazują zresztą, że przemiany leżące u źródeł konfliktów pokoleniowych wcale nie są rewolucyjne, a następują raczej w sposób ewolucyjny – stopniowo zmieniając nasze zachowania i postawy (Twenge, 2019). Zdarza się też, że pewne trendy ulegają odwróceniu poprzez – na przykład – cykliczny powrót do wartości konserwatywnych czy odwrócenie procesów laicyzacyjnych.

Są jednak i okresy historyczne, gdzie zmiany społeczne następują w sposób gwałtowny. Nowe ruchy polityczne i kulturowe w wielu rejonach świata w drugiej połowie lat 60. XX wieku doprowadziły w zasadzie do r e w o l u c j i p o k o l e n i o w e j. Znalazła ona odzwierciedlenie w zachowaniach, nastrojach, opiniach po obu stronach „żelaznej kurtyny". Aż do czasów współczesnych próżno było

szukać podobnego punktu odniesienia, który udowadniałby jakiś rodzaj gwałtownej zmiany. Owszem, przemiany polityczne o charakterze lokalnym czy regionalnym wskazywały na kształtowanie się nowych pokoleń, tak jak było to na przykład z „pierwszymi pokoleniami wolności" w Polsce i w Ukrainie (Marzęcki, 2020). Jednak żaden z monitorowanych stale przez badaczy społecznych na całym świecie czynników nie wskazywał, że młode pokolenie w sposób nagły i zasadniczy dokonuje silnej korekty swoich postaw i zachowań w stosunku do wcześniejszej generacji. Działo się tak aż do końca pierwszej dekady XXI wieku.

W swojej znakomitej książce pod tytułem *iGen*, J. M. Twenge dowodzi, że współczesne młode pokolenie stanowi przykład społecznej rewolucji i zmienia się w sposób najbardziej gwałtowny od kiedy prowadzone są na tym gruncie cykliczne badania[1]. Autorka określa w ten sposób generację osób urodzonych mniej więcej w latach 1995–2012. W wielu opracowaniach autorzy określają je w najrozmaitszy sposób. W polskiej literaturze najbardziej rozpowszechnione jest chyba „pokolenie Z", ale spotkać można także nazwy takie jak: *digital natives*, *app generation*, zoomersi, postmilenialsi, generacja internetu i wiele innych skatalogowanych między innymi przez Barbarę Przywarę i Iwonę Leonowicz-Bukałę (2020, s. 11–12). Badania przytaczane przez Twenge dowodzą, że trudno znaleźć obszar życia społecznego, w którym pokolenie to nie dokonałoby gwałtownej zmiany na gruncie przyjmowanych postaw i zachowań. Spoglądając na liczne grafiki, jakimi opatrzona jest cytowana książka, trudno nie odnieść wrażenia, że postawiona hipoteza o rewolucyjnych przemianach jest dobrze uargumentowana. Większość linii na książkowych wykresach w okolicach 2012 r. pnie się stromo w górę, bądź z impetem spada w porównaniu z łagodnością wzrostów i spadków charakterystycznych dla poprzednich dekad. Wymieńmy tylko kilka przytoczonych przez autorkę zmian. Obecna młodzież i młodzi dorośli określani mianem *iGen*, w porównaniu z wcześniejszymi pokoleniami, z d e c y d o -

[1] Książka została wydana w 2019 r. w Polsce z długim podtytułem: *Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości.* Nazwa *iGen* powstała z połączenia popularnego przedrostka „i" nawiązującego do internetu i słowa „generacja".

w a n i e rzadziej wychodzą z domu bez rodziców i rzadziej randkują. Uprawiają mniej seksu i mają mniej partnerów seksualnych. Rzadziej spotykają się poza domem ze znajomymi i chodzą na randki. Rzadziej wyrabiają prawo jazdy i prowadzą samochody. Piją mniej alkoholu. Rzadziej podejmują pracę w młodym wieku, czytają książki, oglądają telewizję i chodzą do kina. Popełniają mniej przestępstw i otrzymują mniej mandatów. Są mniej religijni i w mniejszym stopniu uduchowieni. Rzadziej zakładają biznesy. Są za to zdecydowanie bardziej tolerancyjni i wrażliwi na kwestie wolności słowa, bezpieczeństwa czy unikania agresji. Drastycznie spada też ich dobrostan psychiczny. A to dopiero początek listy dziesiątek innych społecznych zachowań i postaw, które ulegają w tym pokoleniu radykalnej zmianie względem poprzednich generacji (Twenge, 2019).

Naturalnym i bez wątpienia kluczowym pytaniem, które każdemu badaczowi nasuwa się, kiedy spogląda na przedstawione w ten sposób dane, brzmi: cóż tak rewolucyjnego wydarzyło się w okolicach 2012 roku, że wywołało to tak radykalną zmianę społeczną? Autorka, rozpatrując wiele możliwych przyczyn, wyklucza wszystkie poza jedną, w sposób najbardziej przekonujący tłumaczącą opisywane przemiany. To smartfon. I choć warto mieć na uwadze, że niniejsze badania i próba ich wyjaśnienia dotyczą społeczeństwa amerykańskiego, to już przyczyna owych zmian stanowi część globalnego trendu. Smartfon stał się bowiem – na przestrzeni zaledwie kilku lat – nie tylko kolejnym elektronicznym gadżetem, ale wręcz koniecznością. Mniej więcej od 2018 roku jest już na tyle powszechny, że pytanie nastolatków o jego posiadanie właściwie nie ma sensu (Gennaro, Miller, 2021). Brak własnego smartfona ze stałym dostępem do internetu to sytuacja – w przypadku omawianego pokolenia – marginalna. Współczesny telefon stanowi, jakby to ujęli przedstawiciele współczesnej młodzieży, główne narzędzie „ogarniania świata". Jest wyznacznikiem społecznego prestiżu (Pietrzak, Reysowski, Krzaczek, 2020), źródłem rozrywki i kontaktu z rówieśnikami (Allaby, Shannon, 2020), przedmiotem stanowiącym element nawyku (Wilmer, Sherman, Chein, 2017), a dla niektórych – uzależnienia (Ting, Chen, 2020). Jest bez wątpienia najbardziej intymnym urządzeniem towarzyszącym obecnie ludzkości. Tego ostatniego słowa używamy tu ze wszech miar intencjonalnie. Nasz zachodniocentryczny (i nierzadko błędny!) sposób spoglądania

na świat często bowiem skłania do postrzegania nowych technologii przez pryzmat dobrobytu, którym charakteryzują się mieszkańcy krajów wysokorozwiniętych bądź aspirujących do tego miana. Być może właśnie dlatego niektórzy zareagowali zdziwieniem, kiedy, podczas kryzysu migracyjnego w Polsce w 2021 roku, wielu uchodźców, także bardzo młodych, znajdowanych zostawało w lasach na granicy polsko-białoruskiej z torbą podstawowych środków higienicznych oraz z nowoczesnymi smartfonami. Wystarczy jednak odrzucić kulturowe uprzedzenia, aby stwierdzić, że na całym świecie smartfon stanowi dziś bez wątpienia jedno z najważniejszych narzędzi, niezbędnych do wykonywania czynności kluczowych z punktu widzenia nie tyle jednostkowego komfortu, co po prostu przetrwania.

Wszystko to sprawia, że diagnozę zmian społecznych Twenge należy rozpatrywać jako zmianę globalną, która dotyka dzieci i młodzież bez względu na długość i szerokość geograficzną. Oczywiście, trzeba też uwzględniać różnice kulturowe, a w przenoszeniu wniosków na inne części świata być ostrożnym i zachować podstawowe zasady naukowego sceptycyzmu. Jednak ogólna konkluzja wydaje się być trudna do podważenia – smartfon zmienił świat społeczny w sposób gwałtowny. 10 lat upowszechnienia tej technologii uprawnia nas zaś do syntetyzowania licznych badań i stawiania bardziej ogólnych hipotez na temat roli technologii mobilnych we współczesnym świecie. Także w świecie młodych ludzi.

Po pierwsze, smartfon stanowi substytut bądź pełni rolę narzędzia pośredniczącego w realizowaniu licznych czynności, które można dziś wykonywać nie wychodząc z domu. Studiowanie książek w dużej mierze zostało zastąpione przez czytanie postów w *social media*, oglądanie telewizji – przez przeglądanie TikToka, uprawianie seksu – przez wirtualny flirt, a spotkania ze znajomymi i randki – przez konwersacje z wykorzystaniem komunikatorów. Po drugie, taki styl życia stanowi przykład kultury bezpieczeństwa, będącej efektem symbiozy potrzeb samej młodzieży, rodziców i przedstawicieli szeroko pojętego systemu edukacji. Nastolatek bowiem, spędzając większość czasu w domu przed ekranem smartfona, czuje się komfortowo w świecie pełnym niebezpieczeństw. Rodzice mają nad nim pełną kontrolę, a instytucje mogą go skutecznie nadzorować i reagować na potencjalne problemy na drodze tworzenia modelowego obywa-

tela (ucznia, członka organizacji itp.). Wszystkim taki układ „jest na rękę”[2]. Jeśli zaś nastolatek już się z domu rusza, to nigdy nie zrobi tego nie zabrawszy ze sobą swojego wiernego towarzysza doli i niedoli, który sam w sobie daje poczucie bezpieczeństwa poprzez stały kontakt ze światem. Jeśli więc „twój dom jest tam, gdzie jest wifi” (Livingstone, Saeed, Kardefelt Winther, 2021), to znajdziesz go też w miejscu, gdzie będzie z tobą urządzenie pozwalające na skorzystanie z sieci.

W układzie stanowiącym doskonałą ilustrację kultury bezpieczeństwa kryje się jednak pewna pułapka, która – naszym zdaniem – ma niebagatelny wpływ na sposób funkcjonowania młodzieży w środowisku cyfrowym. Warto bowiem pamiętać, że – w przeciwieństwie do komunikacji bezpośredniej, rozumianej jako spotkanie jednostek twarzą w twarz – komunikacja zapośredniczona posiada u swoich podstaw wiele niejednoznaczności. Są to reguły o charakterze umownym i zasady, które nie zawsze posiadają walor uniwersalności. W takich warunkach interpretacja komunikatów jest zadaniem wybitnie złożonym. Dodatkowo, wiele form komunikacji (tekstowe, głosowe, wizualne, audiowizualne, mieszane), środków wyrazu (memy, gify, tik-toki, emotikony itp.), w końcu stan permanentnego bycia *online* sprawiają, że mechanizmy rządzące codzienną komunikacją młodzieży wydają się być – z jednej strony – niezwykle interesujące pod względem badawczym. Z drugiej zaś, wspomniana wielość form i środków stanowi istotny problem społeczny z perspektywy dzieci, młodzieży i dorosłych, a także źródło niezliczonych pomyłek i konfliktów.

Ci pierwsi, najmniej dojrzali i obeznani z zasadami komunikacji *online*, ucząc się jej, popełniają błędy i ponoszą ich konsekwencje. Często otrzymują swój pierwszy smartfon w wieku około 9 lat – jako prezent z okazji pierwszej komunii (Syguła, 2013). Istnieje jednak wiele dowodów na to, że sporo dzieci w Polsce swoje pierwsze urządzenie otrzymuje na własność zdecydowanie wcześniej (Bąk, 2015) lub przynajmniej korzysta ze smartfonów będących własnością ich rodziców (Wojtasik, Dziemidowicz, 2019). Dzieci niejednokrotnie starają się zaimponować rówieśnikom. W swoich działaniach są prze-

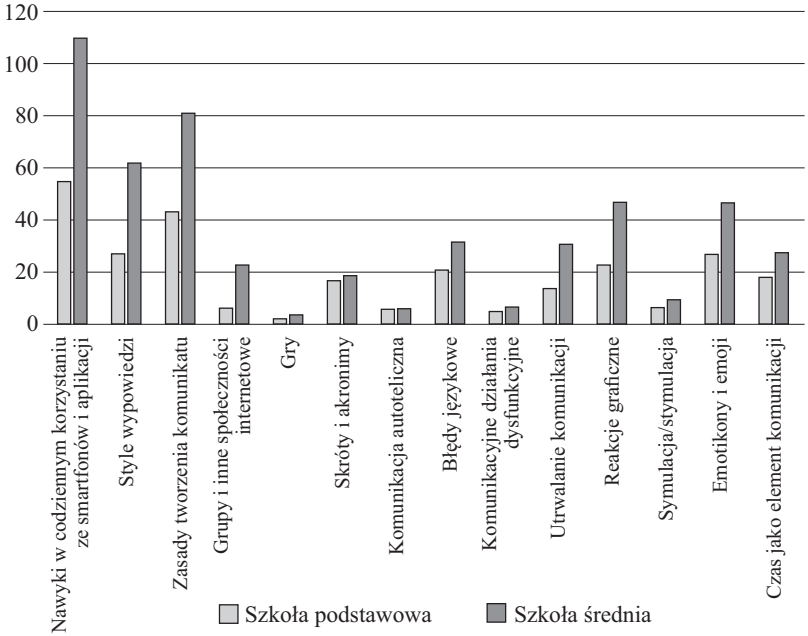
[2] Motyw bezpieczeństwa jako wyjaśnienia wielu zjawisk i procesów będzie jeszcze wielokrotnie pojawiał się w niniejszej książce.

sadne i nierozsądne, a także pozbawione kompetencji, które nabywają – jak to często bywa w procesie socjalizacji medialnej i cyfrowej – na zasadzie prób i błędów. W dużym uproszczeniu mamy tu na myśli głównie uczniów uczęszczających do szkół podstawowych. Ich pierwsze spotkanie z technologiami cyfrowymi ma zazwyczaj miejsce dużo wcześniej, bo już w wieku 11 miesięcy (Rowicka, Bujalski, 2020). Smartfon stanowi wtedy dla rodzica najczęściej substytut smoczka – uspokaja i pozwala dziecku „zająć się sobą". To jednak okres wczesnoszkolny ubogaca życie młodych ludzi licznymi kontaktami rówieśniczymi. Wchodzą w tym czasie w tryby socjalizacji zinstytucjonalizowanej, opartej na podstawowym podmiocie, jakim jest szkoła (Tillmann, 1996). W sposób zdecydowanie bardziej intensywny zaczynają wtedy korzystać z technologii cyfrowych, ze smartfonem na czele.

W ramach realizowanych przez nas badań przeprowadziliśmy z przedstawicielami tej grupy 8 wywiadów pogłębionych. Zauważyliśmy przy tym, że katalog zastosowanych kodów, który odpowiadał tematom rozmów, zasadniczo różni się w przypadku ósmoklasistów i młodzieży ze szkół ponadpodstawowych. Wykres rozbieżności na gruncie częstotliwości pojawiania się poszczególnych tematów w ramach przeprowadzonych wywiadów zobrazowany został na wykresie 1.

Druga z wymienionych grup (licealiści) również była dla nas ważnym obiektem zainteresowania w ramach prowadzonych badań. Jako przedstawiciele kategorii wiekowej, którzy dawno za sobą mają pierwsze doświadczenia związane z wchodzeniem w świat cyfrowy z wykorzystaniem smartfona, stanowią oni ciekawą próbę badawczą, złożoną z właściwych przedstawicieli pokolenia *iGen*. Będąc bowiem urodzonymi w okolicach roku 2005, wyznaczali – w przybliżeniu – statystyczny środek tej generacji między rokiem 1995 a 2012. Ich „cyfrowa dojrzałość" może stanowić ważny punkt odniesienia dla innych pokoleń i pomóc w odnalezieniu standardów komunikacji zapośredniczonej. Tu z kolei, nie bez przyczyny, bierzemy w nawias słowo „dojrzałość". Przez lata współcześni licealiści zrobili bowiem wiele ważnych kroków w procesie dostosowania swoich zachowań do norm przestrzeni cyfrowej. Jednocześnie ich wchodzenie w świat dorosłych w wieku nastoletnim poddawane jest

Wykres 1. Różnice w częstotliwości pojawiania się poszczególnych kodów w ramach przeprowadzanych wywiadów z młodzieżą uczęszczającą do szkół podstawowych i średnich



Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów pogłębionych.

w coraz większą wątpliwość. Jak pisze sama J. M. Twenge: „wiek dojrzewania jest teraz bardziej przedłużeniem dzieciństwa niż początkiem dorosłości", co dobrze charakteryzuje angielskie pojęcie *adulting* (dorośli ć?). „Kokonowa mentalność" często łączona w literaturze naukowej z hasłem „pokolenia płatków śniegu" (Sandler, 2019), przejmowanie nawyków wcześniej zarezerwowanych dla dzieci (np. kolorowanki dla dorosłych), brak buntu wobec nadopiekuńczości, czy wręcz wykorzystywanie jej – to wszystko tworzy ciekawy dysonans między cyfrową dorosłością a pokoleniową ucieczką od niej. Jest to wątek, który stanowił dla nas istotną inspirację w powstawaniu tej książki. Towarzyszył też budowaniu metodologii prowadzonych badań, tym bardziej, że „wraz z wiekiem i poziomem

rozwoju uczniów widoczny jest wzrost potrzeb i doceniania posiadania sieciowego połączenia i utrzymania z kimś kontaktu *online.* Na wyższych etapach kształcenia rośnie częstość stosowania internetowych technologii oferujących wiele metod i form komunikowania jednostronnego i interaktywnego. Czyli: im starsi uczniowie, tym wyższą rangę nadają takim instrumentom jak (…) komunikatory" (Baron-Polańczyk, 2020).

Pozostaje jeszcze trzecia z wymienionych grup, a więc dorośli. Spośród nich, największe znaczenie dla świata dzieci i młodzieży mają rzecz jasna rodzice i nauczyciele, jako przedstawiciele agend socjalizacyjnych (rodzina oraz szkoła). Nie byli oni w sposób bezpośredni przedmiotem naszego badania, jednak stanowią dla nich istotny punkt odniesienia. Nie ulega bowiem wątpliwości, że relacja między dorosłymi (w szczególności prawnymi opiekunami) a nastolatkami na gruncie korzystania ze smatfonów jest skomplikowana (Gennaro, Miller, 2021). To najczęściej rodzice podejmują niełatwą dla każdej ze stron decyzję o zakupie pierwszego i kolejnych urządzeń mobilnych. To oni stosują jako sankcje „szlabany" na telefon. Nierzadko utyskują też na uzależnienie swoich dzieci od smartfonów, dając im do zrozumienia, że korzystanie z nich to coś złego. Są sponsorami abonamentów, ale w zamian oczekują kontaktu i kontroli w okresie życia nastolatka, w którym relacje z rodzicem często bywają burzliwe. Więzi te ulegają też przedefiniowaniu w trakcie wychodzenia młodego człowieka z fazy dziecięcości i podążania w kierunku dorosłości. Rodzic pełniący pierwotnie rolę policjanta zmienia się (przynajmniej w modelowej wersji) w partnera, zapewniając swojemu dziecku coraz większe poczucia autonomii. Dotyczy to także możliwości i sposobów korzystania z urządzeń mobilnych (Vaterlaus, 2021). Wszystko to wpływa ostatecznie na procesy związane z budowaniem relacji z wykorzystaniem komunikatorów.

Wyszliśmy też z założenia, że (dorosły) badacz, w szczególności w obszarze eksploracji jakościowych, nie jest w stanie w pełni zdystansować się do przedmiotu swoich analiz. Pozostaje nam szczerze przyznać się do wspomagania swojej pracy cyfrową etnografią uwzględniającą obserwacje jako istotny czynnik projektowania badań, w szczególności ich faz pilotażowych. Mamy w swoim najbliższym otoczeniu własne dzieci, rodzeństwo i rodziny posiadające

potomstwo. Wszyscy oni stanowili dla nas źródło inspiracji podczas realizowania procedury badawczej, zadawania sobie pytań, układania scenariusza wywiadu, który miał nam dać odpowiedzi zaspokajające nasze poczucie niewiedzy. Mamy je za każdym razem, kiedy obserwujemy nastolatków używających „dziwnego języka" i całe dnie spędzających przed małym ekranem smartfona. Ponadto sami jesteśmy nauczycielami i nauczyciele są członkami naszej najbliższej rodziny. Jedno z nas pełni funkcję pełnomocnika dziekana do spraw promocji i współpracy z instytucjami oświatowymi. Drugie – jest twórcą raportu *Kompetencje cyfrowe w polskiej szkole*, poświęconego głównie nauczycielom i zmianie ich roli w systemie edukacji w dobie pandemii Covid-19 w Polsce. Kontekst ten traktujemy jako kolejny ważny punkt odniesienia dla naszej działalności badawczej.

Celem tej książki, stanowiącej jednocześnie raport z pierwszej fazy prowadzonych przez nas badań, jest uchwycenie wspomnianych niejednoznaczności i jednoczesne skatalogowanie zasad oraz standardów komunikacji zapośredniczonej-interpersonalnej z wykorzystaniem smartfona. Chcieliśmy się dowiedzieć, jakimi regułami i normami kierują się młodzi ludzie, korzystając na co dzień z technologii mobilnych. Precyzując nasze pole badań, co jest szczególnie istotne w netnografii (Warner, 2017, s. 45), skoncentrowaliśmy się na dwóch „granicach" wyznaczających zakres tego, co uznaliśmy za „czarne plamy" w badaniach nad funkcjonowaniem młodzieży *online*.

Po pierwsze, istotna była dla nas wspomniana „codzienność" korzystania z internetu. „Pionierem analizowania wpływu Internetu na codzienne życie był Robert Kraut. Wraz z innymi badaczami tego zjawiska w 1995 roku zapoczątkował badania osób, które dopiero za-częły użytkowanie sieci internetowej" (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukopadhyay, Scherlis, 1998, za: Kurkowski, 2018). Warto zauważyć, że od tego czasu minęło już ponad ćwierć wieku. W la-tach 90. XX w. tak zdefiniowane pole badawcze można było nazwać eksploracją zachowań niszowych. Internet stanowił wszak wciąż co-dzienność dla grupy pasjonatów i specjalistów. Dla reszty był zaś co najwyżej technologiczną ciekawostką.

Dziś wydaje się być codziennością *per se*. Stosunkowo niewielka liczba badań, nie tyle nad patologiami, politycznym wykorzystaniem czy skutecznością zabiegów marketingowych w internecie, co nad pro-

zaicznymi zachowaniami i nawykami związanymi z codziennym komunikowaniem, stanowi w naszym rozumieniu lukę wszechogarniającego wpływu internetu na życie każdego z nas[3]. Być może badacze, skupiając się na szczegółach, stracili z oczu kwestie bardziej ogólne, ale istotniejsze dla wyjaśnienia zjawisk podstawowych z perspektywy „bliższej ciału koszuli". Założyliśmy przy tym, że droga, którą obraliśmy w prowadzonych badaniach, ma nas doprowadzić do możliwie najlepiej opisanych i zdefiniowanych społecznych konsekwencji wykorzystania mediów komunikacyjnych w relacjach interpersonalnych. Według G. Petricia, A. Petrovcicia i V. Vehovara umożliwia to skoncentrowanie się w badaniach na r z e c z y w i s t y m u ż y t k o w a n i u nowych narzędzi i usług (2011, za: Polak, 2016)[4]. Nie oznacza to by-

[3] Ciekawą i globalną perspektywę kwestii dość przyziemnych i codziennych przedstawia raport UNICEF – *the Global Kids Online* (Za: Livingstone, Saeed, Kardefelt, Winther, 2021).

[4] Codzienność rozumiemy też jako nieskupianie się na zagrożeniach, ale na całym spektrum zachowań komunikacyjnych współczesnej młodzieży. Jak się okazuje, dysponujemy dziesiątkami narzędzi do badania zjawisk negatywnych i patologicznych. W swoim raporcie *Problematyczne używanie internetu przez młodzież*, katalogują je Katarzyna Makaruk, Joanna Włodarczyk i Patrycja Skoneczna: „Podczas przeglądu 68 badań epidemiologicznych dotyczących PUI, które zostały opublikowane w języku angielskim, wyróżniono 21 takich narzędzi (Kuss, Griffiths, Karila, Billieux, 2014). Do zagranicznych narzędzi badawczych należą m.in: *Internet Addiction Test* (Young, 1998), *Young's Diagnostic Questionnair* (Young, 1996), *Chen Internet Addiction Scale* (Chen, Weng, Su, Wu, Yang, 2003), *Online Cognition Scale* (Davis, Flett, Basser, 2002), *Internet Related Problem Scale* (Armstrong, Philips, Saling, 2000), *Generalized Problematic Internet Use Scale 2* (Caplan, 2002), *Problematic Internet Usage Scale* (Ceyhan, Cyhan, Gurcan, 2007), *Nichols Internet Addiction Scale* (Nichols, Nicki, 2004), *Compulsive Internet Use Scale* (Meerkerk, Van Den Eijnden, Vermulst, Garretsen, 2009), *Scale for the Assessment of Internet and Computer Game Addiction* (Wölfling, Müller, Beutel, 2011), *Thatcher's Problematic Internet Use Questionnaire* (Thatcher, Goolam, 2005) oraz *Kwestionariusz nadużywania internetu* autorstwa Griffithsa (Livingstone, Haddon, Görzig, Ólafsson, 2011), *Revised Chen Internet Addiction Scale* (Mak i in., 2014), *Facebook Intrusion Scale* (Elphinston, Noller, 2011) czy *Bergen Facebook Addiction Scale* (Andreassen, Torsheima, Brunborga, Pallesen, 2014). Niektóre narzędzia zostały zaadaptowane do polskich warunków. Powstała polska wersja popularnego *Testu uzależnienia od internetu* (lub *Testu problematycznego używania Internetu* [*Internet Addiction Test*] (Majchrzak, Ogińska-Bulik, 2010; Makaruk, Włodarczyk, Wójcik, 2013; Poprawa, 2011), wykorzystanego m.in. w badaniach »EU-NET-ADB«. Test ten składa się z 20 pytań dotyczących

najmniej odwracania wzroku od negatywnych konsekwencji, jakie niesie ze sobą korzystanie ze smartforna i – z jego udziałem – z mediów społecznościowych. Liczne badania jednoznacznie wskazują, że „niehigienicznie" użytkowanie tych dobrodziejstw może zwiększyć prawdopodobieństwo między innymi: bezsenności, problemów z funkcjonowaniem w szkole, a nawet chorób psychicznych, samookaleczenia czy samobójstw (Abi-Jaoude, Treurnicht Naylor, Pignatiello, 2021). My jednak, koncentrując się na codziennych nawykach młodzieży, uwzględnialiśmy przede wszystkim te negatywne konsekwencje, które mają swoje źródło w samej komunikacji. Przykładem takiego zachowania jest np. mechanizm plotki z wykorzystaniem zrzutów ekranu.

Tak nakreślone pole badań skłaniało nas do poruszania się na granicy założeń i metod z obszaru komunikacji społecznej i mediów, ale i antropologii kulturowej. Zanim przeszliśmy do badania właściwego, opartego o indywidualne wywiady pogłębione, pomocnym punktem

różnych zachowań i odczuć. Respondenci mają za zadanie ocenić, jak często obserwują je u siebie. Do innych narzędzi stosowanych do określenia skali problemu wśród polskich dzieci i nastolatków należą: blok pytań wyróżnionych przez Griffithsa – wykorzystana m.in. w badaniach »EU Kids Online« – *Skala uogólnionego problematycznego używania internetu* (*Generalized and Problematic Internet Use Scale*; Biechowska, 2013) czy *Skala poznania online* (*Online Cognition Scale*; Błachnio, Przepiórka, Pantic, 2015). W Polsce dokonano także adaptacji narzędzi służących m.in. do pomiaru problemowego grania w gry online POGQ (*Problematic Online Gaming Questionnaire*), oceny rodzaju i intensywności motywacji do grania w gry online MOGQ (*Motives for Online Gaming Questionnaire*; Akademia Pedagogiki Specjalnej, 2016), *Skali uzależnienia od Facebooka* BFAS (*Bergen Facebook Addiction Scale*; Charzyńska, Góźdź, 2014) oraz problemowego używania telefonu komórkowego MPPUSA (*Mobile Phone Problem Use Scale for Adolescents*; Krzyżak-Szymańska, 2016). Ponadto dostępnych jest kilka polskich narzędzi diagnostycznych: *Test korzystania z internetu* (Poprawa, 2011, 2012), *Skala ryzyka nadmiernego używania internetu* (Kaliszewska, 2007), *Kwestionariusz Moja Aktywność w Internecie MAWI* (Wąsowicz, Styśko-Kunkowska, 2014); *Test używania internetu* (Majchrzak, Ogińska-Bulik, 2006), *Kwestionariusz do badania uzależnienia od internetu KBUI* (Pawłowska, Potembska, 2009), *Kwestionariusz do badania uzależnienia od telefonu komórkowego KBUTK* (Pawłowska, Potembska, 2011) oraz *Skala oceny nadmiernego korzystania z sieci społecznościowych SONKSS* (Izdebski, Michalak, Andryszak, Kotyśko, 2014)." Zakładając, z dużą dozą prawdopodobieństwa, że większość codziennych zachowań komunikacyjnych młodzieży w obszarze internetu nie ma jednak charakteru patologicznego, trudno zrozumieć tak duże zainteresowanie tym, co w internecie jest negatywne, z pominięciem zachowań z gruntu neutralnych.

odniesienia była dla nas perspektywa netnograficzna (etnografii wirtualnej). W kontekście badania internetu dynamicznie ewoluuje ona, koncentrując się początkowo (lata 90. XX w.) na społecznościach internetowych, poprzez zainteresowanie komunikatorami, blogami i grami, aż po wczesne lata 2000., kiedy sieć zaczyna być przez etnografów badana jako element codziennego życia (cyberetnografia) (Warner, 2017, s. 46).

Przydatność perspektywy netnograficznej wiązała się przede wszystkim ze sposobem spoglądania na kwestie internetowej komunikacji z uwzględnieniem takich elementów jak podobieństwa i różnice w interakcjach, w oparciu o specyfikę badań obserwacyjnych (Jemielniak, 2013). Paradygmat ten dobrze wpisuje się w obecne trendy naukowej eksploracji internetu. O ile bowiem „początkowo analizy w tej perspektywie poświęcone były raczej polityce, w ostatniej dekadzie badacze wyraźnie zmierzają w kierunku studiów nad mediatyzacją życia codziennego oraz kultury, w tym religii i komunikacji" (zob. Kaun, Fast, 2015; Encheva, Driessens, Verstraeten, 2013; Livingstone, Lunt, 2014; Hepp, 2011; Hjarvard, 2008, 2011, 2016; Hjarvard, Nybro Petersen, 2013 i in., za: Przywara, Leonowicz-Bukała, 2020).

Wspomniane obserwacje w procedurze badawczej – także w netnografii – traktować należy jednak jako punkt wyjścia do metod bardziej zaawansowanych. Warto bowiem pamiętać, że „zdecydowana, jak dotychczas, większość badaczy (…) traktuje internet jako jeszcze jeden teren, który podlega obserwacji. Stosuje więc takie same narzędzia i metodologię do jego badania, jak w przypadku środowiska fizycznego – czyli przede wszystkim metodologię badań jakościowych. W jednym z najpopularniejszych podręczników badania Internetu spotykamy taką oto charakterystykę netnografii: jest badaniem posługującym się obserwacją uczestniczącą do pracy w wirtualnym terenie (…). Tym samym netnografia, podobnie jak w zasadzie każde badanie etnograficzne, będzie w naturalny sposób wychodziła od obserwacji uczestniczącej w stronę innych metod, takich jak wywiady" (Radomski, 2016).

Drugą płaszczyznę pola badawczego wyznaczyło nam wszystko to, co w komunikacji internetowej stanowi odpowiednik pozawerbalnych aspektów wymiany informacji w relacjach bezpośrednich między interlokutorami. Nie sposób było rzecz jasna precyzyjnie oddzie-

lić tych elementów od aspektów językowych. W niejednoznaczności meandrów komunikacji internetowej trudno czasami postawić twarde granice między tym, co językowe i pozajęzykowe, w szczególności, gdy w grę wchodzi synergia różnych środków i narzędzi komunikacji. Tiktoki wyposażone w naklejki tekstowe i memy będące miksem obrazu i słowa to tylko dwa z wielu przykładów nierozerwalności różnych elementów świata *online*. Niemniej, ważne dla nas było, aby nie powielać uznanych obecnie tez i zrealizowanych z sukcesem badań. Postanowiliśmy za to skupić się na tym, co znajduje się niejako „za kulisami" naszej codziennej komunikacji i na tej podstawie wyodrębnić mechanizmy, jakimi posługuje się młodzież szkolna, korzystając z komunikatorów internetowych. Tak sformułowane standardy mogą z kolei być podstawą do stawiania kolejnych hipotez, możliwych do weryfikacji z wykorzystaniem innych, bardziej zaawansowanych metod badawczych i liczniejszych prób, z pomocą których takie badania mogłyby być prowadzone. W mniejszym stopniu interesowała więc nas sama wypowiedź, w większym – jej struktura, zasady jej dystrybuowania, interpretacji i technicznych aspektów towarzyszących wymianie informacji. Co oznaczają dla młodych ludzi trzy kropki, które pojawiają się podczas inicjowania wiadomości w aplikacji Messenger? Jakie znaczenie ma dla nich wykonany w czasie rozmowy *screenshot* konwersacji? Czy podniesiony w górę kciuk – jeden z najpowszechniejszych symboli stosowanych w internetowych komunikatorach – jest wyrazem akceptacji i zgody – czy wprost przeciwnie – młodzi ludzie interpretują go jako próbę „zbycia kogoś" i zakończenia konwersacji? Te i wiele innych pytań nurtowało nas na pierwszym etapie naszych prac badawczych. Ich najbardziej ogólnym celem było więc lepsze zrozumienie młodych ludzi i ich zachowań komunikacyjnych we współczesnym świecie, a także budowanych przez nich relacji – zarówno *online*, jak i *offline*.

Jest jeszcze jeden cel, który w sposób szczególny przyświecał nam, kiedy rozpoczynaliśmy pracę nad eksploracją pola badawczego współczesnych zachowań komunikacyjnych młodzieży szkolnej *online*. To hipotetyczna lista wciąż niespisanych zasad, którymi młodzi ludzie kierują się za każdym razem, kiedy biorą smartfon do ręki i wchodzą w relacje z innymi – nie tylko ze sobą wzajemnie, ale i dorosłymi. W zamierzchłych czasach początków komercyjnego in-

ternetu, a już na pewno we wczesnej fazie jego rozwoju obejmującej pierwszą dekadę XXI wieku, listę takich zasad nazywaliśmy „netykietą". Dziś słowo to brzmi anachronicznie (młodzi ludzie powiedzieliby: *boomersko*), nie oddając w pełni tego, co mogłoby stanowić hipotetyczną listę zasad stosowanych powszechnie w codziennej komunikacji. Netykieta to wyznacznik tego, jak należy i wypada się komunikować. Pozwala odróżnić internetowych *native speakerów* od tych, którzy się języka internetowego uczą lub przyswajają go z trudem i nie są w stanie nadążyć za zmieniającą się listą memów, skrótów i innych środków wyrazu sieciowej codzienności. Życzenie komuś „smacznej kawusi", będące synonimem obcości, rzeczonego „boomerstwa" części internetowej społeczności, to dobry przykład wychodzenia poza listę takich zasad, łatwy do wychwycenia i zidentyfikowania.

Mamy jednak uzasadnione przypuszczenia, że wskrzeszanie pojęcia internetowej netykiety nie udałoby się z kilku względów. Po pierwsze – samo w sobie jest „boomerskie" – pochodzi z czasów sprzed generacji *iGen*, co najwyżej z epoki przyjścia na świat pierwszych przedstawicieli tego pokolenia. Od niemal początku swojego istnienia netykieta jako pojęcie wzbudzała zresztą wątpliwości co do uniwersalności opisywanych zasad (Zalewska-Greloch, 2008). Badacze świata cyfrowego słusznie stawiali pytanie, czy powinniśmy mówić o netykiecie czy netykietach, tak jak współcześnie pytamy o internet i internety. Ten dylemat, przez wielu uważany za językowy żart, w sposób symboliczny, ale dosadny wyjaśnia istotę współczesnego internetu – zdominowanego przez targetowanie behawioralne pozwalające dostarczać każdemu użytkownikowi zindywidualizowany, niepowtarzalny zestaw treści. Jeśli więc każdy ma swój własny internet, to każdy musi przyswoić indywidualny zestaw zasad, którymi ten spersonalizowany świat się rządzi.

Tradycyjnie rozumiana netykieta opisuje świat *Web 1.0*, w którym możliwość tworzenia treści przez użytkowników była iluzoryczna. Termin ten kojarzy się też do pewnego stopnia z zasadami narzuconymi „z zewnątrz". Został on przyswojony przez nauczycieli i wpisany na listę zagadnień omawianych podczas szkolnych lekcji wychowawczych czy zajęć informatycznych. Rozważania typu: *czy w internecie pisać „na Pan" czy „na Ty"?* oraz *„w jaki sposób pisać maile?"*

(Kielban, 2013) wydają się zdecydowanie nie przystawać do dylematów, które rozważane są obecnie przez dzieci i młodzież szkolną. Aby dowiedzieć się jak bardzo, należałoby oddać głos jednej z respondentek serii wywiadów, które przeprowadzone zostały na potrzeby realizowanego badania:

Cytat 1.
Najdziwniejszy [ze sposobów, w jaki komunikuję się w Sieci – przyp. aut.] *to czasami przez maila coś do kogoś napiszę, ale to tak raczej w formie żartu, że po prostu to jest śmieszne, bo napisałam do kogoś maila* (Wywiad 2, wers: 26).

Aby odpowiednio zdiagnozować zasady „nowej netykiety" należało więc wsłuchać się w postulaty samych przedstawicieli młodzieży szkolnej i stworzyć listę wynikającą z ich własnych problemów związanych z dylematami codziennej komunikacji. Najpierw jednak warto zbadać, czy taka lista w ogóle istnieje: czy style komunikacyjne w sieci mają charakter silnie zindywidualizowany? A może dotyczą grup i społeczności, które wytwarzają na własne potrzeby wewnętrzne kody umożliwiające – także za pomocą języka i zasad tworzenia tekstu – integrację wewnątrzgrupową? Może istnieje jakaś lista zasad uniwersalnych, znanych i rozpoznawalnych dla zdecydowanej większości osób będących przedstawicielami opisywanego pokolenia? Należałoby wtedy zidentyfikować coś na kształt sześciu ekmanowskich emocji, które wyrażamy za pomocą mimiki i dekodujemy bez względu na szerokość geograficzną, na której się znajdujemy (Ekman, Davidson, 1999).

W literaturze odnaleźć można różne stanowiska dotyczące tego problemu. Jedni uważają, że „cechy języka internetu nie są jednoznacznie określone. Spowodowane jest to przede wszystkim przez spory, wynikające z nieustannych zmian przestrzeni (1), co wpływa na społeczność, i język (2), który oddziałuje na przestrzeń, umożliwiając implementowanie nowych rozwiązań technicznych. Wyeksplikо-

wanie dyskursu komunikacji zapośredniczonej jest zatem niebywale utrudnione" (Ciesiółka, 2019). Inni dostrzegają pewną rozpoznawalność reguł, gatunków i powszechnego zasobu wiedzy o komunikacji internetowej, co pozwala mówić o wspólnym internetowym środowisku (Kamińska, 2012). Ta niejednoznaczność tym bardziej skłoniła nas do pochylenia się nad tym problemem. Weryfikowaniu hipotez o istnieniu czegoś na kształt współczesnej „netykiety" powinna towarzyszyć także refleksja nad samym terminem i poszukiwanie słowa, które mogłoby netykietę zastąpić. Hasło to miałoby lepiej charakteryzować współczesne czasy TikToka, Discorda i innych „miejsc", gdzie gromadzą się młodzi ludzie, i w ramach których (być może) stosowane są określone zasady zachowań komunikacyjnych, tworząc z nich przestrzenie bezpieczniejsze i bardziej dla nich przewidywalne. Proponujemy – idąc tropem nazewniczym J. M. Twenge – mówić w tym przypadku o internetowym kanonie czy – skrótowo – *iKanonie* (*iCanon*). Mamy zamiar posługiwać się tym terminem za każdym razem, kiedy będziemy snuli rozważania na temat elementów uniwersalnych w internetowej komunikacji młodzieży szkolnej.

***

Paradygmat Web 2.0 uczynił komunikację *online* bardziej elastyczną, w tym znaczeniu, że dawał użytkownikowi zdecydowanie większe możliwości w zakresie wyboru i stosowania preferowanych narzędzi budowania relacji między ludźmi. Okazało się jednak, że pochodną takiej architektury internetu jest też możliwość wypracowywania i negocjowania tego, co w komunikacji dozwolone, a co zakazane. Co zgodne, a co wbrew niepisanym zasadom. Co jest sztos i masne, a co bekowe i boomerskie[5]. To młodzież, roszcząca sobie prawo do określania tych zasad i wymagająca (niekoniecznie słusznie) od innych dostosowania się do nich, powinna być dla badaczy szczególnym obiektem zainteresowania. To ona stanowi bowiem klucz do odpowiedzi na pytanie: jak zrozumieć współczesną komunikację? To młodzi ludzie kształtują dyskursy pozwalające rozszyfrować język reklamy.

[5] Słowa zaczerpnięte z listy młodzieżowych słów roku z ostatnich lat.

Zasadami ustanawianymi przez młodzież pisana jest współczesna popkultura. Bez ich zrozumienia trudno poruszać się po współczesnym świecie, nie mając wrażenia, że błądzi się po omacku. Mamy nadzieję, że nasza książka pozwoli choć w niewielkim stopniu te zasady pojąć. Stąd już natomiast niedaleka droga do lepszego zrozumienia współczesnej młodzieży szkolnej. To ważne, w szczególności w obliczu wchodzenia w dorosłość pokolenia, które ma zadatki do nazywania się wyjątkowym na tle swoich poprzedników. Przynajmniej tych z ostatnich 50 lat.

II. Pokolenie Z i smartfony – co badaliśmy?

O czym? W tej części książki odpowiadamy na pytania: Dlaczego komunikatory internetowe są tak ważne w życiu młodych ludzi? Jak nazwać typ komunikacji, który zachodzi między ludźmi, kiedy wymieniają wiadomości używając smartfona? Czy telefony „przedłużają człowieka"? Jakich „elektronicznych kompetencji" potrzebujemy dziś, aby się skutecznie komunikować?

Dla kogo? Pierwsza część rozdziału, traktująca o roli komunikatorów w życiu człowieka, może zainteresować nauczycieli i rodziców. Widząc młodych ludzi nieustannie stukających palcami w ekran dotykowy z pewnością nieraz zastanawiali się nad fenomenem Messengera. Druga część może być bardziej przydatna badaczom i studentom kierunków związanych z komunikacją i mediami. To w niej zastanawiamy się nad terminologią: jak nazwać pewne procesy i uporządkować nazewnictwo.

Zastanawiając się nad sposobami komunikowania się *online* współczesnej młodzieży szkolnej nie sposób właściwie rozmawiać o niczym innym niż o urządzeniach mobilnych. W dobie sprowadzenia tabletów do niszy rynkowej, bez wątpienia najważniejszym instrumentem codziennego kontaktu, nie tylko dla młodzieży, ale i zdecydowanej większości społeczeństwa, stał się smartfon. To truizm, ale słowo „komputer" padło w prowadzonych przez nas rozmowach zaledwie kilkukrotnie i to niekoniecznie w kontekście narzędzia komunikacyjnego. Słowo „laptop" – tak istotne dla codziennej pracy i życia domowego, ale głównie starszych pokoleń – nie pojawiło się ani razu. Tę nadzwyczajną rolę smartfona w życiu młodego człowieka staraliśmy się udowodnić w poprzednim rozdziale, nawiązując do książki J. M. Twenge. Na gruncie polskich badań ich rangę w hierarchii przedmiotów istotnych dla młodego człowieka trafnie opisały Barbara Przywara i Iwona Leonowicz-Bukała. Badaczki twierdzą, że „od telefonów czy SMS-ów nowe narzędzia komunikacji zapośredniczonej różnią się tym, że dają poczucie bycia w ciągłym kontakcie – i nie chodzi tu tylko o wymianę informacji, możliwość nawiązania kontaktu z każdym w dowolnej chwili (od kiedy dysponujemy telefonami komórkowymi, każdy z nas jest w jakimś sensie osiągalny dla innych w każdym momencie). Sedno przewagi komunikacji wykorzystującej nowe technologie leży w poczuciu, że jest się z kimś w kontakcie cały czas, niejako obok (...). Świecąca na zielono kropka przy zdjęciu znajomego oznacza, że pozostaje on dostępny w aplikacji. Nie musimy się z nim kontaktować, ale wiemy, że jest" (2020, s. 13).

Bez wątpienia centralnym zbiorem narzędzi w całym spektrum komunikacyjnym młodzieży szkolnej są komunikatory internetowe. Wniosek taki stawiamy nie tylko na podstawie konkretnych wypowiedzi przedstawicieli *iGen*, które zarejestrowaliśmy w ramach przeprowadzonych wywiadów, ale i analizy ilościowej zgromadzonych danych oraz częstotliwości pojawiania się w wypowiedziach uczniów poszczególnych fraz kluczowych. Po oczyszczeniu bazy udało się nam zwizualizować je w postaci chmury słów, którą przedstawiamy na grafice 1.

Grafika 1. Chmura zawierająca najczęściej pojawiające się frazy kluczowe w ramach przeprowadzonych wywiadów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych wywiadów.

W dużej mierze to właśnie komunikatorom i ich funkcjom poświęciliśmy najwięcej miejsca podczas rozmów prowadzonych z młodzieżą. Istotność tej kwestii potwierdzają projekty badawcze realizowane w Polsce. Z ciekawych badań prowadzonych przez Katarzynę Kopecką-Piech wynika jednoznacznie, że to właśnie aplikacje służące komunikacji zdominowały ekrany startowe smartfonów posiadanych przez młodych użytkowników (Kopecka-Piech, 2019). Oni sami – zdradzając już na tym etapie nasze pierwsze spostrzeżenia – podkreślali wielokrotnie, że komunikatory zastąpiły im nie tylko wiele innych metod i narzędzi komunikowania się ze swoimi rówieśnikami (rozmowy telefoniczne, sms-y, e-maile itp.), ale także przejęły ich funkcje. Kumulują w ten sposób właściwie wszystko to, co wcześniej stanowiło szerokie spektrum możliwości komunikowania się z innymi ludźmi. Rozmowy w komunikatorach nastawione są na „tu i teraz" – dotyczą teraźniejszości. Osoby komunikujące się za pomocą Messengera czy Discorda mają poczucie „teleobecności" osoby, z którą piszą (Przywara, Leonowicz-Bukała, 2020, s. 16). Taki sposób myślenia o komunikatorach potwierdzają młodzi ludzie w przeprowadzonych przez nas rozmowach:

Cytat 2.
Tak jak cały czas ta konwersacja jest podtrzymywana, no to jakby ta osoba nie odchodzi, odczytuje cały czas i na bieżąco odpisuje (Wywiad 1, wers: 48).

Cytat 3.
Bo jednak w kontakcie jestem i ze znajomymi i z rodziną też cały czas. Jak jestem w szkole, to powiedzmy zawsze gdzieś tam mogę i napisać do mamy i zadzwonić do niej. Wie, gdzie jestem, co robię, gdzie ewentualnie chcę pójść. No i wiadomo, dzięki tym telefonom i głównie Messengerowi jestem cały czas z kimś w kontakcie. I tak szczerze, w szkole też (...). *No to jednak cały czas gdzieś tam ten Messenger jest* (Wywiad 9, wers: 3).

Cytat 4.
Messenger jest takim stałym miejscem kontaktu (Wywiad 9, wers: 25).

Zdarza się często, że młodzież dywersyfikuje kanały komunikacji ze względu na wiek. Przy czym te bardziej tradycyjne (np. sms-y) wykorzystywane są do kontaktu z osobami ze starszych grup wiekowych:

Cytat 5.
Rodzina głównie, takie, powiedzmy, że starsze formy komunikacji, a młodzież, no to raczej prawie całkowicie odchodzi od SMS-ów na rzecz tych komunikatorów (Wywiad 1, wers: 32).

Co ciekawe, do takich tradycyjnych narzędzi młodzież wlicza także aplikację WhatsApp. Wydaje się, że czynnikiem, który o tym de-

cyduje, jest powiązanie aplikacji z numerem telefonu i kontaktami, tradycyjnie wykorzystywanymi w rozmowach telefonicznych i służącymi do wysyłania wiadomości SMS i MMS.

Cytat 6.

Najbardziej Instagram, ale tam mało piszę, raczej wysyłam posty i też dostaję czy też wstawiam jakieś zdjęcia. I WhatsApp używam, ale to wtedy, kiedy Messenger czasami ma awarię, ale to zazwyczaj wtedy np. z mamą piszę tylko na WhatsAppie albo wysyłam babci zdjęcia, ale z osobami, z którymi się znamy, znajomymi, to tylko Messenger. Bo np. Snapchat, według mnie, jest przereklamowany (Wywiad 6, wers: 14).

Można tę dywersyfikację użycia komunikatorów łatwo wyjaśnić z wykorzystaniem teorii systemów ekologicznych (*Ecological Systems Theory*). Dzieli ona przestrzenie komunikacyjne między innymi na: mikrosystemy (*microsystems*) i mezosystemy (*mesosystems*). Te pierwsze dotyczą komunikacji poziomej – na przykład, gdy rodzice kontaktują się między sobą, podobnie jak wspólne kanały komunikacji mają osoby określające się jako przyjaciele. Druga sytuacja dotyczy zaś krzyżowania systemów, kiedy rodzice i ich dzieci korzystają z narzędzi, które dla każdego z nich są po części obce. Trudniej wtedy o wzajemne zrozumienie, co skutkuje zjawiskiem tak zwanej technoferencji (z ang. *technoference*), a więc negatywnymi skutkami dla relacji międzyludzkich wynikającymi z ich budowania w wersji *online* (Vaterlaus, 2021). Stąd, w przypadku mezosystemów, starsze i młodsze pokolenia szukają najbardziej komfortowego narzędzia do komunikacji, wynegocjowanego jako najodpowiedniejsze dla obu grup. W naszym przypadku jest to właśnie WhatsApp.

Spośród wielu aplikacji, to jednak Messenger stanowi centrum zarządzania komunikacją dla wielu z badanych. Pozostałe to elementy komunikacji awaryjnej w momencie, kiedy inne narzędzia

zawodzą. Wyjątkiem jest aplikacja Discord, pierwotnie tożsama przede wszystkim dla środowiska graczy. Obecnie często stanowi jednak podstawowe narzędzie codziennej komunikacji, w szczególności dla młodszych użytkowników uczęszczających do szkół podstawowych.

Cytat 7.
Chętniej to korzystam z Discorda, ponieważ tam mam większą grupkę znajomych, z którą mogę się o wiele łatwiej komunikować niż w Messengerze i tam ogólnie, jakby interfejs ładniej wygląda. Wszystko ma się ustawione dosłownie przed sobą. Jeśli chcemy się czegoś dowiedzieć, to mamy do wszystkiego poradniki (Wywiad 12, wers: 30).

Pozostałe aplikacje są wyspecjalizowane do realizacji konkretnych celów. WhatsApp – to narzędzie do komunikowania się z przedstawicielami konkretnych grup wiekowych (zob. cyt. 6). Wspomniany zaś Discord – z reguły służy do prowadzenia konwersacji przez graczy:

Cytat 8.
Discord jest bardziej do porozumiewania się (...) *podczas gry. Takie* [komunikowanie – przyp. aut.] *gamingowe* (Wywiad 8, wers: 34).

Telegram zaś, to narzędzie służące do wymiany danych wrażliwych. Lepsze zabezpieczenie wiadomości służy – według respondentów – bezpieczeństwu prowadzenia dialogu.

Cytat 9.
Mam Telegram, ale to służy do komunikacji, kiedy Messenger nie jest wystarczająco bezpieczny. W sensie, na przykład Czarne Protesty, nie? (...) *No bo, Telegram jest generalnie zakodowany i lepiej jest korzystać w sytuacjach, kiedy z tego mogą wyjść jakieś rzeczy niefajne, no to wtedy lepiej jest korzystać z Telegrama, niż Messengera* (Wywiad 5, wers: 34)[6].

Powyższe wypowiedzi nie pozostawiają wątpliwości co do kluczowej roli komunikacji mobilnej i komunikatorów w codziennych działaniach i nawykach młodych ludzi w środowisku internetowym. Tylko jak nazwać i w jaki sposób zakwalifikować ten specyficzny rodzaj komunikacji? Odpowiedź na to pytanie nie jest prosta. Być może satysfakcjonująca definicja, oparta o klasyczną aparaturę pojęciową z teorii nauk o komunikacji społecznej i mediach, po prostu nie istnieje. Mamy bowiem do czynienia z komunikacją hybrydową, która charakteryzuje się nie tylko wielością narzędzi i form, ale ulega też nieustannej ewolucji w oparciu o panującą modę, zmieniające się możliwości technologiczne i potrzeby użytkowników.

Po pierwsze, skupiliśmy się na komunikacji internetowej pozwalającej na porozumiewanie się z innymi za pomocą komputerów, telefonów czy innych urządzeń, co wiąże się z koniecznością posiadania dostępu do sieci. Pojawiają się tu różne terminy, takie jak komunikacja z wykorzystaniem internetu (z ang. *internet-dependent*) czy formy komunikacji zaistniałe w epoce cyfrowej, stworzone w chronologicznej opozycji do komunikacji przedinternetowej (z ang. *pre-*

[6] Niniejszy cytat jest dość znamienny w kontekście stosunku młodych ludzi do sytuacji politycznej w Polsce. Brak zaufania do państwa, podejrzliwość wobec organów odpowiedzialnych za bezpieczeństwo obywateli, możliwość przejęcia przez nich rozmów sprawia, że młodzi ludzie szukają bezpiecznych narzędzi komunikowania. Jest to wniosek wyjątkowo niepokojący w kontekście zaufania młodych obywateli do państwa i wymaga dalszych, bardziej szczegółowych badań.

-*internet*) oraz form tradycyjnych, rozpowszechnionych przed epoką cyfrową (Jordan, 2013, s. 12, za: Polak, 2016). Łączone są tu możliwości wielu różnych narzędzi (Bijak, Kleka, 2021), choć – idąc tropem prowadzonych na tej płaszczyźnie badań i własnych obserwacji – my skupiamy się na internecie mobilnym. Jak już wspomnieliśmy, jest on dla nas bezwzględnie najistotniejszym z perspektywy opisywanej codzienności komunikacyjnej młodzieży szkolnej. Nie wszystko jednak, co stanowi komunikację internetową będzie nas interesowało – najważniejszy będzie konwersacyjny aspekt komunikacji *online*, związany z wykorzystywaniem komunikatorów jako narzędzi do porozumiewania się z innymi ludźmi (Grzenia, 2007, za: Bijak, Kleka, 2021).

Sami, nie znajdując jednoznacznej odpowiedzi, spróbujemy więc opisać pole naszych badań jako spektrum pewnych cech komunikacji. Idąc tropem wypowiedzi naszych respondentów traktujemy je jako przedłużenie cech komunikacji bezpośredniej – pierwotnej i będącej podstawową płaszczyzną socjalizacji dla każdej jednostki (chociaż, biorąc pod uwagę niemowlęcy moment pierwszej styczności z technologiami mobilnymi, chronologiczne pierwszeństwo komunikacji bezpośredniej wcale nie jest aż tak oczywiste).

Na pewno dominującą rolę pod względem istotności stanowi więc dla młodzieży szkolnej komunikacja pośrednia, która „polega na wymianie informacji za pośrednictwem różnych jej nośników, np. telefonu czy komputera" (Dobek-Ostrowska, 1998). „Niewątpliwie takie formy porozumiewania się zyskują na popularności w ostatnich latach, co dzieje się za sprawą stale rozwijających się nowych technologii" (Bijak, Kleka, 2021). Stanowią one przedłużenie komunikacji interpersonalnej, starając się nierzadko do niej upodobnić, uzupełnić ją i wchodzić z nią w relacje. Nasi młodzi respondenci niejednokrotnie podkreślali w przeprowadzanych rozmowach, że nie widzą specjalnej granicy między relacjami bezpośrednimi i pośrednimi – wciąż jest to przecież proces komunikowania z żywym człowiekiem.

Niełatwo odnaleźć się w siatce pojęć mającej na celu rozróżnienie sytuacji, kiedy komunikujemy się bez wykorzystywania urządzeń pośredniczących od tych wymagających użycia smartfona. Niektórzy badacze utożsamiają bowiem komunikację bezpośrednią z interpersonalną, inni – widzą w tych pojęciach dwie odrębne płaszczyzny komunikowania się. W przypadku komunikacji interpersonalnej – pi-

sze Przemysław Polak – można mówić o formach komunikacji bezpośredniej, twarzą w twarz, której najprostszą formą jest rozmowa bezpośrednia, jak i o komunikacji zdalnej, na odległość. Wyróżnia się też dwa podstawowe tryby komunikacji interpersonalnej: komunikację synchroniczną i asynchroniczną (Polak, 2004, s. 273–274). Nie terminologia jest tu jednak najważniejsza, ani nawet sam podział na to, co wymaga fizycznego kontaktu lub wykorzystania urządzenia elektronicznego. Socjalizowani – jak ustaliliśmy – od najwcześniejszych lat niemowlęcych przedstawiciele pokolenia *iGen*, traktują bowiem w sposób równoważny oba tryby. Naturalnym jest więc, że ekran naśladuje bezpośredni i interpersonalny model komunikowania się, ale działa to też w drugą stronę. Słowa takie jak „lol" czy „asap" wplatane w wypowiedzi stanowią taki sam dowód synergii, co traktowanie *videochatu* jako „normalnego", pełnowartościowego spotkania z drugim człowiekiem.

Pierwszym ze wspomnianych – jakby to ujął Marshall McLuhan – „przedłużeń" w budowaniu relacji z wykorzystaniem mediów cyfrowych jest właśnie bezpośredniość komunikacji, określanej często mianem *face to face.* Uwzględniając fizyczną barierę szklanego ekranu należałoby więc pole naszych badań umieścić w obszarze *interface to interface.* Ten typ aktywności komunikacyjnej człowieka „zbliża się w swym charakterze do form komunikacji bezpośredniej, często ją wypierając, zastępując bądź uzupełniając" (Maj, 2018, s. 136). Młodzi ludzie spotykają się więc niemalże twarzą w twarz. Ta zaś jest zastępowana przez ekran – naszą twarz cyfrową. Czasami należałoby ją rozumieć dosłownie, podczas *videochatów*, wysyłanych tiktoków i innych form, gdzie graficzne odwzorowanie twarzy stanowi istotny punkt odniesienia dla rozmówcy. Nie musi być to zresztą forma audiowizualna. Już sam awatar pojawiający się w postaci zdjęcia podczas rozmów w ramach internetowych komunikatorów jest substytutem spotkania twarzy podczas relacji budowanych w sposób bezpośredni.

Należy pamiętać, że „najbardziej podstawowy podział form komunikatów ze względu na sposób przekazywania informacji to rozróżnienie na komunikaty werbalne i niewerbalne, które przeważnie występują równocześnie, uzupełniając się. Werbalne komunikowanie to wymiana informacji podczas takich czynności, jak: mówienie,

pisanie, czytanie czy słuchanie (Dobek-Ostrowska, 1998), a więc wszędzie tam, gdzie główną rolę odgrywają słowa, niezależnie od tego, czy występują w postaci mówionej czy pisanej. Komunikowanie ustne daje większe możliwości ekspresji myśli i uczuć, może bowiem zostać uzupełnione przekazami niewerbalnymi (Dobek-Ostrowska, 2004). Pisemne komunikowanie werbalne ma pewne wady, m.in. ograniczoną możliwość kontroli tego, kiedy komunikat dotrze do odbiorcy i w jakim czasie, o ile w ogóle wystąpi sprzężenie zwrotne w postaci reakcji lub odpowiedzi uczestnika interakcji" (za: Bijak, Kleka, 2021). Oprócz wspomnianych wad, należy podkreślić wymieniane w przytłaczającej liczbie artykułów cechy: zastępowanie tekstu elementami pozawerbalnymi, dominację form wizualnych, przewagę obrazu nad słowem, instagramizację, wzrost znaczenia ikoniczności i ikonosfery (Sartori, 2005; Szpunar, 2008; Chmielecki, 2010; Wasylewicz, 2016 i inni). Według naszych ustaleń, w codziennej komunikacji młodzieży szkolnej nie znajduje to odzwierciedlenia w rzeczywistości. Rozmowa z wykorzystaniem tekstu stanowi wciąż dominujący sposób komunikowania się wśród młodych ludzi, co potwierdzają przeprowadzane przez nas wywiady. Ten motyw przewijał się niemal we wszystkich przeprowadzanych rozmowach:

Cytat 10.
Na Messengerze [ważny jest – przyp. aut.] *przede wszystkim tekst. No przynajmniej w moim środowisku, przede wszystkim tekst.* (…) *Najwięcej jest tekstów, to zdecydowanie* (Wywiad 1, wersy: 42, 60).

Cytat 11.
[To w jaki sposób – przyp. aut.] *ja na przykład komunikuję się ze swoimi kolegami, znajomymi, zależy też od stopnia przyjaźni i od sposobu, w jaki ta osoba lubi ze mną rozmawiać. Dosyć często to jest komunikacja tekstem, zwyczajna* (Wywiad 4, wers: 42).

Cytat 12.
Ja najczęściej korzystam z wiadomości tekstowych, ponieważ w ten sposób jest najszybciej (Wywiad 8, wers: 38).

Cytat 13.
Ja najczęściej w sumie piszę, nie nagrywam jakichś głosówek (Wywiad 11, wers: 36).

Cytat 14.
Najbardziej przydatne wydaje mi się, że byłyby głosówki, a najczęściej korzystam z wysyłania po prostu wiadomości ze słowami (Wywiad 12, wers: 56).

Cytat 15.
Najczęściej piszę. (…) *Ja akurat jestem z tych, co rzadko wysyłają głosówki, bardziej piszę* (Wywiad 15, wers: 32).

Drugim z „przedłużeń" jest docenienie, ale i redefinicja odpowiedników komunikacji niewerbalnej w budowaniu relacji międzyludzkich z wykorzystaniem urządzeń mobilnych i komunikatorów. Bez wątpienia elementem charakterystycznym dla współczesnej rzeczywistości są tu przemiany kulturowo-społeczne. Ich przejawem jest swoiste „wypieranie komunikacji werbalnej (rozmów bezpośrednich, rozmów telefonicznych, pisania listów czy nawet maili) przez różnego rodzaju odmiany komunikacji niewerbalnej, w tym posługiwanie się znakami ikonicznymi i symbolicznymi oraz mowę gestów. Graficzny sposób wyrażania uczuć coraz częściej zastępuje prawdziwe wyrażanie emocji oparte na kluczowych zasadach komunikacji interpersonalnej" (Napieraj, 2020).

Nie jesteśmy przekonani, czy termin „komunikacja niewerbalna" jest najlepszym do określenia tych form wyrażania emocji i przekazywania informacji, które mają charakter „ikoniczny i symboliczny" w internecie. Być może lepszym określeniem byłyby pozatekstowe komponenty komunikacji internetowej. Przy czym wspomniane emotikony wydają nam się komunikacyjnym „wierzchołkiem góry lodowej" w rozumieniu tego, co stanowi dla młodych ludzi zestaw zasad i dyrektyw w codziennym korzystaniu z narzędzi komunikacyjnych *online*. Emotikony i emoji były dla nas rzecz jasna ważnym punktem odniesienia, aby lepiej zdiagnozować między innymi rzekomą uniwersalność stosowania i interpretacji szerokiego spektrum takich dyrektyw. Ujmując sprawę wprost, istotną kwestią z perspekty-

wy iKanonu jest pytanie, czy tak powszechny emotikon jak „:-)" czy popularne emoji „👍" mają – pod względem znaczenia i interpretacji – charakter powszechny w ich zbiorowym rozumieniu przez przedstawicieli młodzieży szkolnej? A może ich znaczenie jest każdorazowo negocjowane w ramach kontekstu prowadzonej konwersacji?

Odpowiedź na te pytania nie jest prosta, kiedy uwzględnimy niezwykły poziom kreatywności młodzieży szkolnej w adaptowaniu różnego rodzaju możliwości komunikacyjnych, jakie współcześnie oferują smartfony. Aby to ustalić, w badaniach mediów często wykorzystuje się pojęcie afordancji (ang. *affordances*), a więc wszystkich możliwości działania obecnych w środowisku (Warner, 2017). Sytuacją ilustrującą to zjawisko może być słynny przykład Dona Normana, w którym osoba widząca w pokoju krzesło i piłkę może rzucić krzesłem oraz usiąść na piłce. Wcześniejsze doświadczenia użytkowników sprawią, że większość z nich postąpi rzecz jasna odwrotnie. Nie znaczy to jednak, że będzie to zachowanie w pełni uniwersalne. Badając młodych użytkowników smartfonów i uwzględniając zjawisko afordancji, staraliśmy się pozwolić naszym młodym rozmówcom na swobodny opis sposobów korzystania przez nich z urządzeń mobilnych i dedykowanych im aplikacji. Afordancją użycia kciuka uniesionego w górę jako pierwotnego symbolu aprobaty jest wyrażenie potwierdzenia bądź zgody. Jest nią jednak także próba „spławienia" interlokutora i zakończenia konwersacji. Afordancją komunikatora w ramach serwisu ogłoszeniowego (takiego jak Allegro czy OLX) jest wymiana informacji o produkcie między kontrahentami. Wiemy jednak, że często wykorzystywane są one w zupełnie innych celach, niemających nic wspólnego z działalnością samych sklepów i pośredników. Prowadzone przez nas badanie wymagało więc często wyjścia poza schemat i próby odpowiedzi na pytanie nie tyle o to w jakim celu zaprojektowana została dana funkcja czy narzędzie, ale jak realnie młodzież ją wykorzystuje.

Te sposoby wykorzystania urządzeń i aplikacji – bez względu na to czy oparte na aspektach językowych, czy pozajęzykowych – wymagają wytworzenia i implementacji odpowiednich kompetencji komunikacyjnych. Obejmują one usankcjonowane kulturowo schematy zachowań, nawyki i wzorce, które przyswajamy w procesie socjalizacji. Ich szczegółowa lista znajduje się w tabeli 1.

Tabela 1

Kompetencje komunikacyjne wg Dell Hymes

Typ kompetencji komunikacyjnej	Opis kompetencji
Kompetencja lingwistyczna	Umiejętności poprawnego użycia środków językowych.
Kompetencja socjolingwistyczna	Adekwatność dobranych środków do sytuacji, interlokutora, tematu czy stopnia oficjalności rozmowy.
Kompetencja dyskursywna	Umiejętność prowadzenia dyskursu poprzez odpowiednie nawiązywanie, kończenie interakcji, zbieranie i oddawanie głosu.
Kompetencja strategiczna	Umiejętności radzenia sobie z problemami komunikacyjnymi np. w przypadku trudności z doborem leksyki czy problemów ze zrozumieniem.
Kompetencja socjokulturowa	Umiejętność uwzględniania norm czy uwarunkowań kulturowych komunikacji w danym języku oraz z przedstawicielami danej kultury.

Źródło: Hymes, 1972, za: Wilczyńska, Mackiewicz, Krajka, 2019.

Badacze wciąż borykają się z deficytem badań, które powyższą klasyfikację, opartą o klasyczną komunikację interpersonalną, mogłyby przełożyć na język cyfrowy. Te, które zaś są prowadzone, narażone są na szybką dezaktualizację swoich ustaleń. Dynamicznie zmieniające się realia komunikacji internetowej wymagają bowiem szybkiej reakcji świata naukowego. Na dziś wydaje się więc, że to, co Jan Grzenia nazwał elektroniczną kompetencją komunikacyjną znajduje swoje odzwierciedlenie w codzienności. Chodzi o zespół umiejętności związanych z komunikacją za pośrednictwem mediów, która jest częścią ogólnej kompetencji komunikacyjnej i obejmuje typy: (1) konwersacyjny (czatowy), (2) korespondencyjny (e-mailowy) i (3) hipertekstowy (społecznościowy) (2007). Można jednak zastanowić się, czy tej listy nie będzie trzeba wkrótce poszerzyć na przykład o kompetencje z obszaru sztucznej inteligencji, które będą pozwalały na usprawnienie komunikacji interpersonalnej poprzez częściowe wykorzystywanie w niej np. Chatu GPT.

Zakładamy więc, że wartością zrealizowanych przez nas badań jest uchwycenie obrazu kompetencji młodzieży szkolnej w obszarze komunikacji zapośredniczonej interpersonalnej realizowanej z wykorzystaniem komunikatorów internetowych i urządzeń mobilnych

na początku trzeciej dekady XXI wieku. Zdajemy sobie sprawę, że będzie to obraz cząstkowy (nieobejmujący np. wątków socjokulturowych) i osadzony w kontekście swoich czasów charakteryzujących się określonym stanem rozwoju technologicznego w obszarze mediów. Jeśli więc książka ta nie przetrwa próby czasu jako podręcznik, to z pewnością będzie mogła być czytana jako fotografia określonego pokolenia, w określonym kraju z perspektywy jasno określonego problemu.

***

Przedstawiciele pokolenia *iGen* komunikują się ze sobą w sposób, który trudno jednoznacznie zdefiniować, używając do tego klasycznej aparatury pojęciowej. Nawykliśmy do niej, rozmawiając o telefonach, prasie, radiu, telewizji i internecie. Wszystkie te formy ewoluowały do rozwiązań cyfrowych i multimedialnych, zmieniając się w wielofunkcyjne komunikatory, portale informacyjne, podcasty, serwisy streamingowe i *social media*. Jakkolwiek byśmy nie nazwali i nie umiejscowili kontaktów młodych ludzi z resztą świata społecznego, bez wątpienia stąpać będziemy po grząskim gruncie zjawisk i procesów nowych z punktu widzenia tego, co wiedzieliśmy do tej pory o sposobach komunikowania się między ludźmi. Jeśli zaś współczesne mechanizmy budowania relacji różnią się od znanych nam do tej pory procesów, warto zastanowić się, na ile zdołają je wyjaśnić ugruntowane teorie? Przy obecnej dynamice zmian cyfrowych, nie jest to wcale takie pewne.

III. Współczesna komunikacja młodzieży *online* – jak znaleźć teorię i metodę badawczą?

O czym? W tej części książki odpowiadamy na pytania: Czym jest obserwacja w badaniach komunikacji międzyludzkiej? Czy teorie dotyczące mediów posiadają swoją datę ważności? Gdzie szukać nowych teorii, pozwalających nam badać współczesne przejawy komunikacji między ludźmi? Jak pod wpływem technologii zmienił się język i czy istnieją jakieś uniwersalne zasady, którymi należy się kierować, korzystając z komunikatorów internetowych? Czym jest mediatyzacja i w jaki sposób może być przydatna w badaniu komunikacji mobilnej? Czym różnią się metody ilościowe od jakościowych w badaniu komunikacji interpersonalnej przez internet? W jaki sposób można wykorzystać indywidualny wywiad pogłębiony badając media?

Dla kogo? To najbardziej naukowy rozdział tej książki. Znajduje się tu lista teorii, które mogą przydać się współczesnemu badaczowi komunikacji interpersonalnej. Tę sekcję warto też polecić tym, którzy poszukują wskazówek metodologicznych w obszarze badań jakościowych. Czytając rozdział, studenci będą też mogli prześledzić procedury badawcze i potraktować je jako protipy podczas pisania prac dyplomowych.

Znalezienie odpowiednich podstaw teoretycznych to jedno z najtrudniejszych zadań, przed którym stoją badacze. Mieliśmy tego świadomość, w szczególności, że mierzyliśmy się z problemami, które dopiero stają się płaszczyzną rozważań teoretycznych. Każdorazowo jest to jednak etap niezbędny i pozwalający ustalić, czy w otaczającej nas rzeczywistości codziennej komunikacji zaszła realna zmiana czy mamy do czynienia ze zmianą pozorną? Czy na naszych oczach, także w polskich warunkach, dzieje się postulowana przez Twenge rewolucja? A może mamy do czynienia z kontynuacją starych mechanizmów „przebranych w szaty" nowoczesnej technologii?

Codzienne obserwacje stanowią dla naukowca nieocenione źródło inspiracji. Także i my staramy się nieustannie dostrzegać wokół siebie, nierzadko prozaiczne, ale jednocześnie istotne przejawy badanych zjawisk i procesów. Zachowania młodzieży w obszarze komunikacji obserwujemy wśród członków naszych rodzin, na salach wykładowych (i to z dwóch perspektyw – nauczyciela i studentki), ale i podczas zwykłych spacerów czy przejazdów środkami miejskiego transportu. Jednym z najbardziej emblematycznych elementów miejskiego krajobrazu naszych czasów jest ten z przystanku autobusowego czy z wnętrza tramwaju: tłum ludzi zapatrzonych w ekrany swoich smartfonów, nieodwracających wzroku od szklanego ekranu, zanurzonych w wirtualnym świecie. Będących zarówno na wyciągnięcie ręki, jak i bardzo oddalonych. Nigdy bowiem w historii nie byliśmy tak blisko siebie, będąc jednocześnie tak bardzo samotnymi.

Wobec tego warto zadać sobie pytanie: czy tak poruszający wielu z nas widok wirtualnej immersji stanowi efekt rzeczywistej zmiany czy zmiany tylko pozornej? Wystarczy się bowiem cofnąć kilkadziesiąt lat w historii komunikacji społecznej i mediów, by zdać sobie sprawę, że przestrzeń publiczna i transport zbiorowy od zarania dziejów były miejscami spotkań ludzi sobie – w dużej mierze – obcych. Dziś fakt ten skłania nas w sposób naturalny do korzystania z mediów pozwalających na „zabicie czasu" bądź jego produktywne wykorzystanie – zdobywanie wiedzy o świecie. Korzystamy z rozrywki – słuchamy muzyki i czytamy książki. Można więc powiedzieć, że rolę, którą na przełomie XIX i XX wieku zaczęła pełnić prasa i książki, przejęły później radia przenośne, walkmany, discmany, odtwarzacze MP3, a ostatecznie, poprzez zebranie funkcji tych wszystkich mediów i urządzeń – smartfony.

Obserwacja ta powiodła nas ku dwóm refleksjom. Po pierwsze, uznaliśmy, że warto zastanowić się nad tym, na ile działania komunikacyjne młodzieży stanowią zupełnie nowe typy zachowań. Drugie pytanie brzmi: na ile są one powieleniem pewnych schematów charakterystycznych dla komunikacji bezpośredniej-interpersonalnej, zaadaptowanych do nowych warunków – budowania relacji z użyciem ekranu smartfona? Z jednej strony, młodzież funkcjonuje przecież w tych samych społecznie realiach: tworzy klasowe elity, plotkuje, korzysta w związkach z kodu więzi intymnych i dywersyfikuje komunikaty – część rezerwując dla przyjaciół, część zaś dla rodziców. Młodzież szkolna posiada swój własny slang popularyzowany rokrocznie przez plebiscyt Młodzieżowego Słowa Roku. Wszystko to w jakiejś mierze znajduje swoje odzwierciedlenie w codziennej komunikacji z wykorzystaniem popularnych aplikacji mobilnych, takich jak Messenger, Instagram i Discord.

Tak samo jak kiedyś, młodzież ukrywa niektóre komunikaty przed nauczycielem – małe karteczki za czasów młodości jednego z autorów tego tekstu „wędrowały" nieraz podczas lekcji, przenosząc tajne informacje pomiędzy poszczególnymi uczniami i uczennicami. Dziś wysłużone świstki papieru zastąpiła rzecz jasna elektronika, ale mechanizm właściwie pozostał ten sam. Ukryty w piórniku smartfon stanowi takie samo narzędzie konspiracji służące komentowaniu m.in. tego, co aktualnie dzieje się w klasie, co niemądrego powiedział nauczyciel i kto z kim flirtował na przerwie na szkolnym korytarzu. Potwierdzają to liczne wypowiedzi naszych respondentów, między innymi ta:

Cytat 16.
Na lekcji zdarza się używać telefonu, tak, zdarza się. (...) *Zdarza się czasem, na przykład, napisać wiadomość, powiedzmy do kogoś, kto siedzi z tyłu, odnośnie do jakiejś tam sprawy, czy odnośnie do właśnie tego, co nauczyciel powiedział* (Wywiad 1, wersy: 16–22).

Ale czy rzeczywiście nic się nie zmieniło? Bez wątpienia smartfon w sposób diametralny zmienił skalę możliwości, jakie uzyskał młody człowiek w konstruowaniu komunikatu – a przez to – w budowaniu nowych społecznych relacji. Spójrzmy na kolejny przykład wypowiedzi:

Cytat 17.
Zdarza się czasem [wysyłać wiadomość podczas lekcji – przyp. aut.]*, bo nasza klasa jest dość podzielona na grupki i my się kolegujemy w dziewięć* [osób – przyp. aut.] *z takimi dziewczynami, i mamy właśnie grupę na Messengerze. I właśnie często się zdarza, że jak nauczyciel powie coś faktycznie śmiesznego, to* (...) *my się z tego śmiejemy; to jest jakiś komentarz na tej grupie, albo nawet jak jesteśmy koło siebie, i zdarzy się, że któraś z nas wstawi coś śmiesznego na relację na Instagramie, to mimo że będziemy siedzieć koło siebie, to sobie odpiszemy na to, tak czy tak* (Wywiad 2, wers: 42).

W wypowiedzi tej widać różnice, jakie zaistniały od czasów papierowych liścików. Po pierwsze, mogą one podróżować do konkretnego adresata, do wybranej grupy bądź całej klasy. Ich adresatem może być osoba w ostatniej ławce, bądź ta siedząca tuż obok nas – w każdym wypadku daje to możliwość zachowania dyskrecji. Mały skrawek papieru posiadający określony limit znaków, przestał być zaporą do tworzenia długich, rozbudowanych wypowiedzi. Co więcej, zwiększył się wachlarz form, umożliwiając też przesyłanie komunikatów wizualnych różnego typu. Nie chcemy przez to powiedzieć, że na każdej lekcji w polskiej szkole powstaje alternatywna, komunikacyjna rzeczywistość, „głęboka klasa" będąca szkolnym odpowiednikiem „głębokiego państwa"[7]. Sami uczniowie w rozmowach z nami przy-

[7] Z ang. *deep state* – grupa ludzi, którzy nie pełnią formalnie kluczowych stanowisk w państwie, ale mają bardzo duży wpływ na podejmowane decyzje.

znają zresztą, że zależy to głównie od stopnia restrykcyjności zasad porządkowych wprowadzanych na lekcji przez nauczyciela. Zdarzają się jednak zajęcia, gdzie taka alternatywna rzeczywistość powstaje. To naszym zdaniem daleko idąca i mająca swoje istotne konsekwencje zmiana. Może skłaniać ona badaczy do uznania, że należy mówić o zachowaniach nowych i wartych rozpatrzenia pod kątem negacji wcześniejszych modeli i schematów. Zdajemy sobie sprawę, że przytoczony przykład może wydawać się mało istotnym elementem uczniowskiej codzienności. Gdy jednak weźmiemy pod uwagę znacznie szerszą gamę podobnych zachowań w obszarze komunikacji, może się okazać, że właściwie cały aparat wzajemnego budowania relacji między młodymi ludźmi uległ poważnym przeobrażeniom w ostatnich dziesięciu latach. W tym samym czasie urządzenia mobilne zdominowały życie i codzienność najmłodszych pokoleń.

Druga refleksja ma podobny charakter, lecz przenosi nas na poziom teoretyczny dyskusji o komunikowaniu się młodych ludzi. Czy (rzekomo) nowe typy zachowań pozwalają nam tworzyć nowe teorie bądź negować te, które funkcjonują już w obszarze komunikacji młodych ludzi z wykorzystaniem urządzeń elektronicznych? Szukając rzeczonych koncepcji teoretycznych chcemy nie tylko wzmocnić wartość wytwarzanej przez nas wiedzy na temat polskiej młodzieży, ale też wskazać kilka tropów literaturowych tym osobom, które zajmują się na co dzień badaniem zachowań ludzi młodych bądź sferą szeroko pojętego internetu. Autorzy tej książki zdają sobie sprawę, jak istotne i trudne jednocześnie jest odnalezienie teorii, paradygmatów i różnych nurtów badawczych, które mogą okazać się przydatne w niniejszej tematyce. Dotyczy to zarówno pisania prac dyplomowych, artykułów, jak i szeroko rozumianej działalności popularnonaukowej. Poniższy fragment warto więc potraktować nie tylko jako podstawy teoretyczne naszych badań, ale także jako drogowskaz dla własnych, realizowanych bądź planowanych przedsięwzięć naukowych.

Gdzie więc znaleźć teorię? Prowadzone na świecie badania dość dobrze diagnozują już takie kwestie, jak: konsumpcja mediów (serwisy, aplikacje, komunikatory itp.) (Castro, 2021) czy zjawiska tożsame dla komunikacji w sieci: *filter buble* (Haim, Graefe, Brosius, 2017), nomofobia (Rodríguez-García, Moreno Guerrero, López-Belmonte, 2020) czy FOMO (z ang. *fear of missing out* – strach przed tym, że

coś użytkownika ominie) (Jupowicz-Ginalska, i in., 2018). Wciąż niewiele jednak wiemy na temat tego, czy istnieją (a jeśli tak, to czym się charakteryzują) pewne schematy z natury prozaicznych czynności, które kształtują relacje społeczne młodzieży *online*. Poznanie ich jest szczególnie istotne, gdyż najpewniej – zgodnie z teorią socjalizacji – będą one miały wpływ na długotrwałe wzorce zachowań, także w życiu dorosłym (Romer, Jamieson, Pasek, 2009).

Istnieje przynajmniej kilka koncepcji teoretycznych przydatnych w próbach wyjaśnienia sposobów komunikowania się współczesnej młodzieży z wykorzystaniem internetu. Ich bogaty katalog stworzył Joseph B. Walther – amerykański badacz, który od lat próbuje zdefiniować społeczną i interpersonalną dynamikę komunikacji zapośredniczonej przez urządzenia elektroniczne. Sam badacz określa ją jako *computer-mediated communication* (CMC), choć współcześnie lepszym określeniem byłoby pewnie komunikowanie z wykorzystaniem (różnych) urządzeń elektronicznych. Walther wyznacza kilka wymiarów, którymi powinniśmy owe teorie różnicować i katalogować. Tworzy tym samym wieloaspektową mapę koncepcji teoretycznych poświęconych komunikacji interpersonalnej, ale zapośredniczonej przez sieć.

Pierwszy wymiar dotyczy – z jednej strony – teorii powstałych w oparciu o badanie tzw. „starych mediów" i zaadaptowaniu ich do wyjaśniania zjawisk i procesów funkcjonujących w obszarze tego, co nazywamy „nowymi mediami". Nie jest to niemożliwe, a część teorii doczekuje się swojego „renesansu". Nie tylko pozostają aktualnymi, ale i lepiej tłumaczą procesy, na których są skoncentrowane. Czynią to w oparciu o korzystanie użytkowników sieci z mediów społecznościowych czy komunikatorów internetowych. Część z teorii ma tu charakter o r g a n i c z n y, zdecydowanie łatwiejszy do zaadaptowania we współczesnych badaniach. Bazują one bezpośrednio na analizach użytkowników urządzeń dobrze znanych nam z ich wykorzystywania w życiu codziennym.

Żadna z obranych dróg – czy to teorii klasycznych czy też organicznych – nie powinna być faworyzowana. Należałoby się zaś skupić w większym stopniu na obiektywnej ich ocenie pod kątem użyteczności w danej procedurze badawczej. Sam Joseph B. Walther pisze o tym dylemacie w sposób następujący:

Tabela 2

Teorie wykorzystywane w badaniu komunikacji zapośredniczonej

Nazwa teorii	Autorzy	Data	Opis teorii
Teorie eliminowania sygnałów			
Teoria obecności społecznej	J. Short, E. Williams, B. Christie	1976	Teoria rozróżnia media ze względu na repertuar przekazywanych sygnałów – a przez to – możliwość tworzenia bliskości emocjonalnej między ich użytkownikami. Media – w porównaniu do komunikacji twarzą w twarz – są uboższe, jeśli chodzi o repertuar sygnałów, jednak po zastosowaniu teorii w fazie drugiej generacji CMC, wyniki nie są już tak jednoznaczne: badania koncentrują się tutaj na formach obecności *online* (awatarach), grach sieciowych, wartości tekstu jako źródła sygnałów itp.
Teoria bogactwa mediów	R. L. Daft, R. H. Lengel	1984, 1986	Bogactwo mediów definiowane jest przez cztery kryteria: (1) mnogość systemów znaczeniowych wspieranych przez medium, (2) natychmiastowość informacji zwrotnej dostarczanej przez medium, (3) poziom formalizacji języka oraz (4) personalizację wiadomości. Komunikacja twarzą w twarz jest najbogatszym trybem komunikacji wg tych kryteriów, zaś np. telefony i listy oferują stopniowo malejący poziom bogactwa. Drugą podstawową konstrukcją modelu jest dwuznaczność sytuacji komunikacyjnej. Większa dwuznaczność wymaga większego bogactwa mediów. Teoria ta bywa współcześnie krytykowana, ze względu na mały potencjał uniwersalności (sformułowana w oparciu o badania organizacji i komunikację w grupie managerów). Wciąż jednak posiada pewien potencjał i pozwala na prowadzenie badań. W oparciu o nią próbuje się np. rozstrzygnąć, czy częściej kłamiemy twarzą w twarz (więcej niejednoznaczności) niż z wykorzystaniem smartfona?
Hipoteza braku kontekstu społecznego	J. Siegel, V. Dubrovsky, S. Kiesler, T. W. Mcguire	1986	Komunikacja w formie CMC blokuje sygnały pozwalające na zindywidualizowanie cech odbiorcy i dostrzeżenie norm, które są łatwiejsze do zdekodowania w spotkaniu twarzą w twarz. Ma to wpływ na wzrost liczby zachowań niepożądanych. Upośledza to też peryferyjną interpretację argumentów w procesie perswazji. Teoria ta jest postrzegana współcześnie jako zbyt krytyczna wobec skutków CMC.

Nazwa teorii	Autorzy	Data	Opis teorii
Model tożsamości społecznej efektów deindywiduacji (SIDE)	M. Lea, R. Spears	1992	Choć twórcy modelu argumentowali, że zdecydowanie nie chodzi w nim o komunikację interpersonalną, w pewnym momencie SIDE była jedną z najbardziej dominujących teorii CMC. W niektórych kontekstach wciąż pozostaje najbardziej oszczędnym, ale jednocześnie solidnym schematem wyjaśniającym dynamikę komunikacji zapośredniczonej. SIDE wyróżnia dwa czynniki, które wpływają na zachowania w sieci. Pierwszym jest anonimowość w sensie wizualnym, która pojawia się, gdy użytkownicy wysyłają do siebie wiadomości za pośrednictwem tekstu. W stanie deindywidualizacji wizualnej w grę wchodzi drugi główny czynnik w teorii: orientacja użytkowników sieci na jakąś istotną kategorię społeczną lub grupę (tj. identyfikację społeczną). W teorii podkreślana jest więc rola grup *online*: warunki obejmujące zarówno anonimowość wizualną, jak i wspólną tożsamość grupową zapewniają najwyższe wyniki w zakresie integracji jednostek. Stanowi to siłę tej teorii, ale i słabość: dotyczy w większym stopniu relacji grupowych niż komunikacji interpersonalnej. Zestaw kryteriów pozwala jednak skutecznie badać np. media społecznościowe w oparciu o niniejszą teorię.
Teoria sygnalizacji	J. Donath	1999	Teoria podejmuje próbę odpowiedzi na pytanie: Dlaczego ludzie mają mniejszą ufność do interlokutora podczas rozmów *online*? Próbuje ona więc wyjaśnić, dlaczego niektóre sygnały są wiarygodne, a inne nie. Aby sygnał był wiarygodny, koszty oszustwa muszą przewyższać korzyści (teoria ma źródło w biologii, ale i w ekonomii). Istnieją tu dwa rodzaje sygnałów. Sygnały oceny mają nieodłączny związek z pewną cechą, z którą są powiązane. Na przykład zwierzę, które ma bardzo duże rogi, musi być silne. Z kolei sygnały konwencjonalne wiążą się ze zdeterminowanymi społecznie symbolicznymi relacjami. Chodzi więc o twierdzenia werbalne o posiadaniu jakiejś cechy (np. siły), która jest rozumiana w kategoriach intencji twierdzenia. Sygnały konwencjonalne nie są więc tak godne zaufania, jak sygnały oceny. W internecie dominują te drugie, trudne do zweryfikowania, więc mamy do nich mniejsze zaufanie.
Teorie empiryczne i percepcyjne			
Elektroniczna teoria pokrewieństwa	F. Korzenny	1978	Teoria zakłada, że im większa przepustowość sygnałów, tym większa bliskość użytkowników mediów. A więc im mniejsza przepustowość samych mediów, tym mniejsza skłonność do interakcji ich użytkowników. To jedna z tych koncepcji, która zdaje się lepiej wyjaśniać CMC niż procesy w czasach, w których została stworzona (a więc dotyczące mediów tradycyjnych).

Nazwa teorii	Autorzy	Data	Opis teorii
Teoria wpływu społecznego	J. Fulk, C. Steinfield, J. Schmitz, J. G. Power	1987	To podejście przenosi definicję bogactwa mediów na zjawiska oparte na percepcji i opisujące, jak ekspresyjnie można użyć danego medium. Według teorii natura mediów i ich potencjał są konstruowane społecznie, a na bogactwo i użyteczność mediów wpływa interakcja z innymi osobami w sieci społecznej. To nie właściwości mediów wpływają więc na sposób komunikacji a interakcje społeczne – to w ich ramach wypracowuje się właściwości mediów.
Teoria ekspansji kanałów	J. R. Carlson, R. W. Zmud	1994	Teoria zakłada, że kluczowe dla zrozumienia sposobów komunikacji jest zaawansowanie i biegłość użytkowników w korzystaniu z poszczególnych kanałów. W miarę jak jednostki zdobywają więcej doświadczenia w korzystaniu z określonych mediów, stają się one dla nich bogatsze komunikacyjnie.
Teorie adaptacji interpersonalnej i eksploatacji			
Społecznościowe przetwarzanie informacji (SIP)	J. B. Walther	1992	Teoria SIP zakłada, że użytkownicy mediów są zmotywowani do rozwijania relacji interpersonalnych niezależnie od stosowanego kanału komunikacji. Gdy niewerbalne wskazówki są niedostępne, ludzie dostosowują swoją komunikację interpersonalną do wszelkich wskazówek, które pozostają dostępne za pośrednictwem kanału, z którego aktualnie korzystają (między innymi emotikony, cechy stylu, treść). CMC funkcjonuje jednocześnie w tempie innym niż komunikacja *face to face*, jeśli chodzi o zdolność użytkowników do osiągnięcia poziomu wrażenia i relacji równoważnych interakcji twarzą w twarz. Teorię wykorzystuje się współcześnie na gruncie *social media* próbując odpowiedzieć na pytanie co zmniejsza niepewność przesyłanych informacji. Są to m.in. sygnały wizualne i dane o użytkownikach w mediach społecznościowych.
Hiperpersonalne CMC	J. B. Walther	1996	Model opiera się na czterech wspólnych elementach procesu komunikacji, aby określić, w jaki sposób komunikowanie zapośredniczone może wpływać na procesy poznawcze i komunikacyjne związane z konstruowaniem i odbiorem wiadomości: (1) skutki mające związek z odbiorcą, (2) skutki mające swoje źródło w zachowaniach nadawców, (3) atrybuty kanału oraz (4) efekty sprzężenia zwrotnego. Otrzymując wiadomości od innych osób, użytkownik może mieć tendencję do wyolbrzymiania określonych cech nadawcy: wobec braku fizycznych i innych wskazówek, które dają spotkania twarzą w twarz, odbiorcy wypełniają w ten sposób luki w odniesieniu do brakujących informacji. Tekstowa komunikacja zapośredniczona ułatwia więc selektywną autoprezentację.

Nazwa teorii	Autorzy	Data	Opis teorii
			Użytkownicy wykorzystują możliwość edytowania, usuwania i przepisywania wiadomości, aby odzwierciedlały zamierzone efekty przed ich wysłaniem – mogą w większym stopniu skupić swoją uwagę na konstruowaniu wiadomości, niż podczas rozmów twarzą w twarz. Im bardziej pożądany partner, tym więcej edycji (skreśleń, cofnięć i wstawek) wykonują użytkownicy, komponując swoje wiadomości. Gdy odbiorca otrzymuje wybiórczo prezentowany przez siebie komunikat i idealizuje jego źródło, osoba ta może zareagować w sposób odwzajemniający i wzmacniający częściowo zmodyfikowany obraz interlokutora.
Koncepcja gwarancji	J. B. Walther, M. R. Parks	2002	Znajdująca się w nazwie koncepcji „gwarancja" odnosi się do postrzegania informacji o innej osobie, którą można obserwować *online*. Jednostka jest mniej skłonna do zniekształceń w obszarze swojej autoprezentacji, gdy odbiorca ma dostęp do innych członków kręgu społecznego nadawcy, ponieważ inni mogą zaświadczyć o rzeczywistych cechach jednostki i pociągać ją do odpowiedzialności za wprowadzenie w błąd. Odbiorcy będą więc bardziej pewni swoich wrażeń opartych na informacjach, które z większym prawdopodobieństwem uzasadniają lub łączą osobowość *online* z osobowością i cielesnością *offline*.
Ramy wydajności	K. Nowak, J. H. Watt, J. Walther	2005	Teoria zakłada, że mimo zmniejszającej się jakości komunikacji CMC względem komunikacji twarzą w twarz, jej efekty są podobne i często satysfakcjonujące. Mniejsza jakość i bogactwo sygnałów w ramach komunikacji zapośredniczonej, nie zmniejsza utylitarnych korzyści z niej.
Sukcesja technologii informacyjno-komunikacyjnych	K. K. Stephens	2007	Główne założenia teoretyczne modelu można określić jako (a) wielokrotne (w porównaniu do pojedynczych) transmisje wiadomości oraz (b) komplementarne (w porównaniu do pojedynczego) wykorzystanie kanałów. Centralną propozycją modelu jest to, że powtarzanie komunikatu przez dwa różne rodzaje kanałów komunikacji powoduje największą skuteczność i efektywność komunikacji (dla niektórych rodzajów zadań).

Źródło: Walther, 2011.

> *Pojawia się pytanie: czy nowe technologie powinny prowadzić nas do odrzucenia teorii, które powstały w oparciu o inne, starsze technologie? Dobrym sposobem zadawania podobnych pytań jest zbadanie warunków brzegowych i zakresu istniejących teorii. Zawsze powinniśmy oceniać, jak topografia cech nowych technologii spełnia lub narusza założenia istniejących teorii* (Walther, 2011).

Drugim z istotnych wymiarów spoglądania na teorie pozwalające nam badać współczesne konteksty komunikacji zapośredniczonej jest skupienie się na koncepcjach porównawczych. Próbują one wyjaśnić podobieństwa i różnice między komunikacją bezpośrednią a tą wymagającą urządzenia jako pośrednika. Inną opcję stanowi zaś zorientowanie się jedynie na sytuację zapośredniczenia. Wychodzimy tym samym z założenia, że jest ona procesem na tyle autonomicznym, że nie da się jej porównywać w sposób metodologicznie poprawny z komunikacją interpersonalną bez uwzględniania pośredników. Pozwalamy sobie jeszcze raz zacytować Josepha B. Walthera, który tak odnosi się do tego dylematu:

> *Przez wiele lat wielu badaczy wychwalało koniec „złotego standardu" komunikacji twarzą w twarz w ramach badań nad CMC, co oznacza, że samo zachowanie w sieci jest uzasadnionym i znaczącym celem badań i że jego opisy lub porównania różnych interfejsów lub użytkowników są wystarczająco interesujące, bez konieczności porównywania obserwacji zachowań online i offline* (Walther, 2011).

Nie ukrywamy, że jest to dla nas dylemat najważniejszy. Co więcej, zdefiniował on niejako całe nasze badanie. Zastanawiamy się bowiem, na ile pewne zachowania komunikacyjne młodzieży przenoszone są do świata *online*, a na ile pozostają one autonomiczne. Dotyczą wszak autonomicznych i nowych form komunikowania się – niemożliwych do zaistnienia bez upowszechnienia się technologii mobilnych (głównie smartfonów).

Innym wymiarem jest ten dotyczący zorientowania badaczy na poszczególnych elementach procesu komunikowania. Są więc to kolejno: teorie eliminowania sygnałów, teorie empiryczne i percepcyjne oraz teorie adaptacji interpersonalnej i eksploatacji. Głównych twórców tych koncepcji, daty ich powstania oraz krótkie opisy przedstawiamy w tabeli 2.

Nie ukrywamy, że część z powyższych koncepcji była dla nas na tyle inspirująca, że postanowiliśmy wykorzystać je do zbudowania własnej aparatury metodologicznej. Pozwoliły nam one nie tylko stworzyć hipotezy, ale i zaprojektować procedurę badawczą.

Pierwszą z nich była teoria społecznościowego przetwarzania informacji (*Social Information Processing*). Już bowiem we wstępnej fazie badania, opartej na netnograficznym podejściu do komunikacyjnych funkcji internetu, zauważyliśmy, że repertuar zachowań stanowiących substytuty sygnałów niewerbalnych jest zdecydowanie szerszy niż fetyszyzowane od lat w wielu opracowaniach emotikony i emoji. Teoria zakłada między innymi, że elementy te mogą pojawić się chociażby w samym języku. Opisywany tu mechanizm można zobrazować poprzez porównanie go z adaptacyjnymi funkcjami różnych części ludzkiego ciała. Nierzadko przejmują one funkcje innych organów, jeśli te, z jakieś przyczyny, zostały uszkodzone. Tak dzieje się chociażby z ludzkim mózgiem. W przypadku komunikacji ma miejsce podobne zjawisko. „Amputacja" elementów niewerbalnych wykorzystywanych podczas spotkania „twarzą w twarz" skutkuje ich pojawieniem się w repertuarze narzędzi komunikacyjnych *online* w nowych, często nieoczywistych formach.

Aby lepiej wyjaśnić ten proces warto posłużyć się osławionym i będącym przedmiotem sporów wśród samej młodzieży przykładem „kropki nienawiści". Stanowi ona podstawę niepisanej zasady internetowej interpunkcji, która uznaje kropkę stawianą na końcu zdania jako wyraz stanowczości, powagi sytuacji lub negatywnych emocji. Wielokrotnie potwierdzali to nasi rozmówcy:

Cytat 18.
Bywają takie sytuacje, na przykład jak ktoś napisze krótką wiadomość z kropką, typu „Ok.", to już jest taki sygnał, że (...) *coś jest chyba nie tak* (Wywiad 1, wers: 108).

Cytat 19.
To jest swego rodzaju (...) *kropka nienawiści, że jakby to zaznacza tą poważność tego, że normalnie byśmy napisali bez kropki, ale kiedy już napiszemy: „hej, zaraz będę w szkole.", to jest poważna sprawa* (Wywiad 4, wers: 80).

Cytat 20.
Najgorsze jest, jak ktoś na Messengerze jeszcze pisze kropki (...). *Bo to są takie agresywne kropki.* (...) *Dużo osób tak ma, że kropki są agresywne* (...). *Wydaje mi się, że to jest taka niepisana zasada, że każdy wewnętrznie czuje, że to tak jest i tak nie pisze. Przynajmniej wśród moich znajomych* (Wywiad 6, wersy: 82–102).

W trakcie przeprowadzanych przez nas wywiadów zasada ta znalazła, jak widać, potwierdzenie, choć nie przez wszystkich uczniów została uznana za uniwersalną. Odstępstwa dostrzegliśmy przede wszystkim wśród uczniów klas licealnych:

Cytat 21.
Kiedyś może faktycznie tak się utarło. Teraz to jest taki mit. Chociaż bywają takie sytuacje, na przykład, jak ktoś napisze krótką wiadomość z kropką, typu: „ok.", to już jest taki sygnał, że o, coś jest chyba nie tak, że może być zły. Chociaż to nie zawsze tak jest, bo nieraz ludzie odruchowo piszą „ok." (…). *Jeszcze z 5 lat temu, to faktycznie ta kropka była takim stereotypem, który istniał i nie śmiano się z tego, to tylko uważano faktycznie, że jak ktoś pisze kropkę, to* (...) *jest nie w humorze, jest zły, a dzisiaj to już* [tak nie – przyp. aut.] *jest* (Wywiad 1, wers: 108).

Zmianę nastawienia do – wydawałoby się – powszechnie obowiązujących zasad komunikacji zapośredniczonej, zaobserwowaliśmy skądinąd u wielu przedstawicieli starszych roczników uczniów. Wydaje się, że ta negacja wynikała z chęci odróżnienia się od swoich młodszych kolegów i koleżanek. Stanowić to może jeden ze swoistych „rytuałów przejścia", w których zabawa w „kropki nienawiści" jest dla dzieci, dla „tych młodszych". Obowiązuje osoby zwracające

uwagę na kwestie tak przyziemne, jak interpunkcja. Będący „ponad to" licealiści (choć nie wszyscy) zdają się posiadać potrzebę odróżnienia się i wyjścia z fazy dziecięcej, także w kwestii komunikacji zapośredniczonej. Co więcej, podobny dystans często deklarują wobec starszych użytkowników sieci. Ustawiają się wtedy na pozycji tych, których zbiór zasad komunikacyjnych ma najbardziej uniwersalny, podręcznikowy wręcz charakter. Wszyscy inni zaś powinni się do tego kodeksu dostosować:

Cytat 22.
Jeżeli chodzi o sam wiek, to na przykład emotikony są też dosyć ciekawe, bo one są zarezerwowane i dla najmłodszych i dla najstarszych (...). *Na przykład babcia mi wyśle jakąś dziwną minkę, z sercami* (...). *Nie widzę zupełnie, że ktoś w moim wieku by mi wysłał* (...). *Osoby starsze, które trochę może nie kojarzą i myślą, że emoji jest dosyć aktualne. No i dzieci małe, na przykład, moja siostra 7–8-letnia, to dla niej wyszukiwanie sobie emoji jest dosyć fajne* (Wywiad 5, wersy: 344–348).

Abstrahując od kwestii domniemanej uniwersalności „kropki nienawiści", wszyscy badani, z którymi rozmawialiśmy o tym problemie, deklarują, że (a) niniejsza norma jest im znana, albo (b) jest im znana, ale nie stosowana, bądź też (c) jest to zasada im znana i – według nich – powszechnie obowiązująca. Każda z powyższych opcji mieści się jednak w założeniu, że kropka stanowi pierwotnie neutralny element języka, który wyraża obecnie konkretny rodzaj emocji. Chociaż można się doszukiwać źródeł niniejszej normy we frazeologizmach („postawić kropkę nad i"; „koniec i kropka"), to ich znaczenie nie w pełni pokrywa się ze współczesnym rozumieniem kropki w języku młodzieży szkolnej. W większym stopniu identyfikujemy jej funkcję jako próbę znalezienia alternatywnych możliwości wyrażania emocji w pozbawionej bogactwa sygnałów komunikacji zapośredniczonej.

Funkcję tę przejmuje więc język, zgodnie z teorią społecznościowego przetwarzania informacji.

Dostrzegając liczne przykłady tego typu mechanizmów zastosowaliśmy tę koncepcję w szerszym zakresie. W prowadzonych badaniach poszukiwaliśmy więc rzeczonych alternatyw i sugestii, wyrażanych pierwotnie poprzez mimikę czy gesty, w świecie komunikatorów internetowych. Jako że ich funkcjonowanie oparte jest głównie na tekście, musieliśmy uwzględnić liczne modyfikacje, którym poddany został język na płaszczyźnie komunikacji internetowej. W erze rodzących się i szybko rozwijających mediów społecznościowych, katalog takich zmian stworzył Jan Grzenia (zob. tabela 3). Kilkanaście lat później warto, po pierwsze, zweryfikować aktualność zdiagnozowanych wtedy zmian, po drugie zaś – pokusić się o znalezienie nowych, bliższych czasom Discorda niż Gadu-Gadu.

Tabela 3

Modyfikacje językowe w komunikacji internetowej wg J. Grzeni

Obszar zmian językowych	**Przykładowe modyfikacje**
1	2
Pisownia	Zwielokrotnienie znaków interpunkcyjnych
	Zwielokrotnienie liter jako wyraz ekspresji
	Wersaliki jako graficzny substytut krzyku
	Wielkie litery stosowane niekonsekwentnie lub niezgodnie z konwencjami ortograficznymi
	Gwiazdki stosowane dla wyróżnienia fragmentów tekstu
	Pisemne oznaczanie reakcji niewerbalnych
	Opisy akcji
	Emotikony i ikony
	Niestandardowe spacjowanie
	Werbalno-wizualne gry słów
	Formy łączące tekst i grafikę
	Niestosowanie polskich znaków diakrytycznych
Interpunkcja	Pomijanie znaków interpunkcyjnych
	Zwielokrotnienie interpunkcji, jako forma wyrażenia emocji
	Częste korzystanie ze znaków specyficznych (@, %, $ itp.)

1	2
Leksyka	Używanie leksemów charakterystycznych dla internetu, a zachowujące tradycyjną formę pisowni (np. mejlować)
	Używanie kalek leksemów z języka angielskiego (np. *spam*)
	Wykorzystywanie osobliwych, specyficznych form werbalnych i werbalno-graficznych pochodzących z internetu do innych odmian języka np. nicków
	Stosowanie emotikonów i ikon
	Używanie akronimów: ucięć (np. Cze) i akronimów właściwych (np. *IMHO*).

Źródło: Grzenia, 2012.

Inną teorią, która wydała nam się perspektywiczna i pomocna w budowaniu narzędzi badawczych służących diagnozie współczesnej komunikacji zapośredniczonej jest koncepcja hiperpersonalnego CMC. Zakłada ona szerokie spojrzenie na proces – nie skupia się na wymianie, ale uwzględnia także etapy przygotowania, korekty i edytowania treści. Bierze więc pod uwagę te elementy, które zdają się mieć charakter tożsamy dla wymiany informacji *online* w relacji interpersonalnej. Teoria pozwala badaczowi na zrozumienie procesów, których nie sposób zbadać inaczej niż poprzez skupienie się na tym, co nowe i nadal ewoluujące. Zmiana ta w największym stopniu determinowana jest zaś rozwojem urządzeń, aplikacji i innych narzędzi z obszaru komunikacji. Była więc to dla nas koncepcja wyjątkowo cenna pod względem badawczym. Już bowiem na etapie wstępnej obserwacji zauważyliśmy, że stadium tworzenia komunikatu jest dla młodych ludzi czasowo i emocjonalnie angażujące. Faza ta wymaga też odpowiednich umiejętności oraz zasobów i wydaje się kluczowa w próbie zrozumienia przyczyn, przebiegu i konsekwencji komunikowania się młodzieży z wykorzystaniem urządzeń elektronicznych. Niech emblematycznym przykładem, stanowiącym ilustrację dla próby zaadaptowania koncepcji hiperpersonalnego CMC w procesie badawczym, będzie kwestia tytułowego wielokropka (...) – rozumianego nie tylko jako znak interpunkcyjny, ale i jako symbol wykorzystywany w komunikatorach i sugerujący uruchomienie klawiatury. To jednocześnie sygnał inicjowania aktu komunikacyjnego w relacji bezpośredniej. Ale czy na pewno?

Okazuje się, że taka interpretacja nie jest uniwersalna. Nie jest to też odosobniony przykład ewolucji znaczeń, którą znajdowaliśmy w wielu przytaczanych przez naszych młodych rozmówców przypadkach. Stanowi on jednak ciekawą ilustrację tego, jak sam akt tworzenia treści wpływa na zasadniczy przebieg procesu komunikacji rozumianej całościowo. Nie tylko ma wpływ na interpretację, ale i – co najciekawsze – sam w sobie jest komunikatem. W opisach uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych wygląda to następująco:

Cytat 23.
Ja zwykle, jak to się dzieje [znika i pojawia się wielokropek – przyp. aut.]*, bo nie dzieje się to rzadko u nas na tej grupie, na której my jesteśmy, to ja myślę, że może ta osoba chciała coś dodać do tego, co ja chciałem powiedzieć, albo od razu już rozwiązać sprawę. Ale okazało się, że jeszcze coś się wydarzyło, o czym ona nie wiedziała i postanowiła, że się wycofa, bo jeżeli wtedy to powie, to wyjdzie, że jednak to jest nieprawda* (Wywiad 12, wers: 142).

Cytat 24.
Jak ktoś zaczyna pisać na danej konwersacji, to już na tej liście nam się pojawiają trzy kropki (...). *No i bardzo często wtedy wejdziemy w daną konwersację, bo czekamy, co ta osoba napisze. Jeżeli nie otrzymamy żadnej wiadomości, kropki znikną, ktoś przestał pisać, no to już* (...) *coś jest nie tak. Zaczął pisać, coś chciał, a tutaj nagle zrezygnował, czyli, że może się boi czegoś powiedzieć? Może taki jest niepewny, nie wie, jak coś przekazać?* (...) *Mija chwila, znowu się pojawiają, znowu ktoś coś pisze. Znowu znikają, znowu się pojawiają. To mamy takie poczucie, że ktoś nam coś chce albo przekazać albo że nie jest zdecydowany, co nam chce przekazać albo że to jest coś poważnego i nie wie jakby, jak to ubrać w słowa.* (...) *A jednak ostatecznie nie napisał nic, to już jest* (...) *zaskoczenie, że nagle zrezygnował. Coś nam chciał powiedzieć, a tu jednak zrezygnował, coś jest nie tak, coś się musiało stać.* (...) *Tak samo, nieraz bywa, jak powiedzmy,* (...) *że ktoś coś pisze, dłuższą wiadomość, przez dłuższy czas, no widzimy te*

> *trzy kropki i my odpiszemy, na jakąś poprzednią i ktoś całkowicie przestaje pisać i odpisuje tylko na tę wiadomość ostatnią, którą my odpisaliśmy i my mamy takie poczucie, że coś straciliśmy, że ta osoba pisała jakąś długą wypowiedź, bo długo były trzy kropki, a my jej przerwaliśmy, powiedzieliśmy jedno zdanie, ona odpowiedziała tylko na to zdanie, a całą tamtą wiadomość poprzednią, którą pisała dłuższy czas, całkowicie wyrzuciła* (Wywiad 1, wers: 156).

Aż trudno zliczyć mechanizmy i konteksty, które kryją się za tą dłuższą wypowiedzią. Próba przewidywania tematu na podstawie czasu poświęconego na tworzenie treści, szumy wynikające z nieodpowiedniej kolejności działań, interpretacja i poszukiwanie motywacji interlokutora – to tylko kilka z nich. A to wszystko zamknięte znaczeniowo w trzech kropkach, których pierwotny sens daleki jest od całej palety sygnałów, jakie młodzież szkolna dostrzega w tej, jakże codziennej sytuacji komunikacyjnej. Przykłady podobne do tego stały się dla nas bardzo jasnym drogowskazem, dobrze obrazującym koncepcję hiperpersonalnego CMC.

Na koniec można pokusić się o próbę spięcia pewną teoretyczną klamrą wszystkich niniejszych koncepcji w formie metateorii. Rozumiemy ją jako część wspólną zbioru twierdzeń, próbującą wyjaśnić szerszy kontekst społeczny i komunikacyjny zmian w otaczającej nas rzeczywistości. Takim zbiorem bez wątpienia jest m e d i a t y z a c j a, a więc „zespół procesów wynikających ze zmian zarówno w samych mediach, jak i zmian społecznych oraz kulturowych. Na tej bazie zbudowana została teoria próbująca opisywać oraz wyjaśniać istotę i charakter tegoż (meta)procesu. Opiera się ona na kilku tezach zasadniczych. Przyjmuje w pierwszej kolejności założenie, że człowiek jako istota społeczna w sposób naturalny wykorzystuje cały kompleks różnych form komunikacji, na które zresztą jest skazany. Komunikacja stanowi źródło wiedzy potrzebnej mu do ogólnego funkcjonowania. Obok mowy bezpośredniej, mimiki, gestów wykorzystuje się jeszcze media, które modyfikując komunikację, zmieniają jej zasady, tworząc tym samym podłoże do ogólniejszych zmian społecznych

i kulturowych" (Michalczyk, 2009). Tym samym teoria mediatyzacji opisuje procesy, w których „komunikacja odnosi się do mediów i wykorzystuje media, z którego to powodu w długiej perspektywie media stają się coraz bardziej istotne dla społecznej konstrukcji codziennego życia, społeczeństwa i kultury jako całości. Takie szerokie podejście pozwala analizować relacje pomiędzy życiem społecznym w różnych wymiarach i aspektach oraz mediami, nie tylko masowymi, ale wszystkimi środkami służącymi komunikacji ludzkiej w mcluhanowskim rozumieniu mediów jako swoistych protez, które »przedłużają« zmysły" (Piontek, 2015).

Być może wynikające z powyższych opisów twierdzenie, że nowoczesne technologie komunikacyjne są nam niezbędne do życia jest już dziś truizmem, którego nie należy powielać. Nie chodzi jednak o to, by teorię mediatyzacji sprowadzać do banału. Istotne pozostają bowiem: dynamika tego procesu, innowacje technologiczne, które należy uwzględnić, ale i zmiany społeczne. Nie ma wątpliwości, że najbardziej widoczne są one we wzorcach zachowań komunikacyjnych przedstawicieli najmłodszych pokoleń. Tym samym teoria mediatyzacji staje się płaszczyzną zmian, które są niezbędne do bardziej precyzyjnego opisania zjawisk i procesów towarzyszących naszej codzienności komunikacyjnej. Co równie ważne, daje ona możliwość realizacji badań, pozwalając na potwierdzanie bądź falsyfikację wcześniej wypracowanych twierdzeń. Sprawia to, że cała koncepcja – mimo sztywnych ram – pozostaje na poziomie wpisanych w nią procesów dość elastyczna i złożona. Każde badanie ma zaś swój niewielki, ale znaczący udział w tworzeniu zestawu twierdzeń, które nasz świat precyzyjnie opisują. Być może dlatego, umieszczając swoje badania w teorii mediatyzacji, Katarzyna Kopecka-Piech twierdzi, iż „teoria [ta] aktualnie jest jedną z dynamiczniej rozwijających się konceptualizacji pozwalających na uchwycenie znaczenia mediów w życiu współczesnego człowieka. Życie codzienne stanowi jej rdzenny temat" (2019). Idąc za radą autorki i odnajdując pokrewieństwo naukowe w chęci wzbogacenia mediatyzacji o dowody empiryczne, my również podjęliśmy próbę zasilenia teorii własnymi badaniami. Wpisujemy je w nurt paradygmatów i perspektyw badawczych zorientowanych na działanie (ang. *agency-oriented*) z elementami podejścia technologicznego (ibidem).

Z jednej strony zależało nam na uwzględnieniu w naszych badaniach kwestii zasadniczej – smartfon, jako narzędzie komunikacyjne, które od dekady stanowi najbardziej intymny z posiadanych przez nas przedmiotów, w sposób tak głęboki zmienił społeczne realia funkcjonowania młodzieży, że należy bezwzględnie wziąć pod uwagę jego rolę w owych przemianach. Ważny jest więc materialny wymiar urządzenia mobilnego, uznanie go za artefakt istotny dla naszej codzienności (Warner, 2017). Zmienia się też sam smartfon, umożliwiając coraz więcej, coraz szybciej i z większą przepustowością danych. To także wpływa na codzienne realia komunikacyjne każdego z nas. Synchroniczne rozmowy video, będące dekadę temu ekstrawagancją, dzisiaj są powszechne. Rynek komunikatorów internetowych rozrósł się, oferując użytkownikom nowe możliwości. Zmieniły się zakres i funkcje mediów społecznościowych. Nowe wersje urządzeń, ich różnorodność oraz zmiany w oprogramowaniu były więc dla nas kolejnym istotnym drogowskazem. Skłania on do zastosowania podejścia technologicznego w teorii mediatyzacji, które postuluje branie pod uwagę rzeczonych różnic, możliwości i zmieniających się funkcji.

Zorientowanie na działania sprowadza się z kolei do uwzględnienia sposobów korzystania przez ludzi z urządzeń mobilnych. Chodzi o badanie tego, jak w praktyce stosowana jest technologia jako narzędzie komunikacyjne. W ramach prowadzonych indywidualnych wywiadów pogłębionych założyliśmy, że istnieje możliwość uwzględnienia smartfona, jako integralnej części badania, co pozwoli respondentom zaprezentować pewne – wykonywane na co dzień – czynności. Nie chodzi tu o badania z zakresu *user experience*, *design thinking* czy *human-centered design.* Te są w większym stopniu przynależne do świata projektowania i marketingu. Nam w obszarze badań nad mediami i komunikacją społeczną wystarczyło uwzględnienie pewnych elementów zorientowanych na działania użytkowników. Pozwoliły one na uzupełnienie czy wręcz weryfikację deklaratywnego podejścia do czynności opisywanych przez respondentów. Decyzji tej przyświecał sceptycyzm poznawczy, który dobrze obrazuje cytat przypisywany często Margaret Mead: „To co ludzie mówią, to co ludzie robią i to co ludzie mówią, że robią, to trzy zupełnie inne rzeczy" (za: Ewing, 2011, s. 80). Zdajemy sobie sprawę z tego, że wywiad pogłębiony – główna z metod przez nas wykorzystywanych – wciąż opiera się

przede wszystkim na deklaracjach respondentów. Wiemy więc przede wszystkim to, co stanowi efekt werbalizacji doświadczeń młodzieży – a przez to – jest opisem i relacją ze świata ich codzienności komunikacyjnej. Nasi respondenci dość chętnie jednak pokazywali nam działanie aplikacji, przykłady wiadomości, próbki stosowanego języka, co dało nam pozadeklaratywny obraz tego, jak w praktyce te działania mogą wyglądać.

Tym samym teoria mediatyzacji stanowi dla nas zarówno całościowy drogowskaz na ścieżce do lepszego zrozumienia zachowań uczniów w obszarze komunikacji, jak i wyznacznik decyzji podjętych na płaszczyźnie metodologii.

A jak na gruncie konkretnej teorii wybrać odpowiednią metodę badawczą? Wiele nauk kieruje w ostatnich latach światło swojego badawczego reflektora (Popper, 2002) na cyfrowe życie społeczne. Można wśród nich wymienić między innymi antropologię, socjologię, psychologię, politologię czy naukę o komunikacji społecznej i mediach. Ale to tylko część z nich. Nie dziwi, że właściwie wszystkie dyscypliny i subdyscypliny w obszarze nauk humanistycznych i społecznych interesują się coraz bardziej tym, co stanowi istotną część życia niemal każdego z nas. Przedrostki sugerujące, że mamy do czynienia z obszarem relacji międzyludzkich zanurzonych w świecie cyfrowym sprawiają, że i my – w swoich planach badawczych – skierowaliśmy wzrok ku antropologii cyfrowej (*digital anthropology*), netnografii (*netnography, virtual ethnography*), socjologii internetu (*sociology of the Internet*) i studiom nad nowymi mediami (*new media studies*).

Metody jakościowe w badaniach społecznych często uważane są za bardziej zawodne i „mniej naukowe" od metod ilościowych. Te drugie pozwalają na wiele kategorii społecznych spoglądać z szerszej perspektywy, odpowiadając na pytania „ile" (tiktoków udostępniasz tygodniowo?), „jak często" (spoglądasz na ekran smartfona w ciągu dnia?), „za pomocą czego" (komunikujesz się na co dzień z bliskimi?). Powstały w ten sposób wielowymiarowy obraz określonej kategorii społecznej jest istotny. Pozwala bowiem obserwować zmiany i trendy lub stworzyć coś na kształt zbiorowej fotografii – uchwyconego w specyficznym czasie stanu społeczeństwa, bądź jego wycinka. Badania takie są dość powszechne i wykonywane wieloma metodami

charakterystycznymi dla analiz ilościowych, między innymi z wykorzystaniem analizy sieciowej (McGihon, Hawke, Chaim, 2018), badań ankietowych (Miech, Patrick, Keyes, O'Malley, Johnston, 2021), analizy zawartości (Hinduja, Patchin, 2008) czy ilościowych metod marketingowych (Fiala, Dilley, Firth, Maher, 2018). Coraz częściej stosuje się też w kontekście tych badań duże, zmienne i rozproszone zbiory danych, znane pod nazwą *big data.* Pozwalają one spojrzeć na problemy społeczne w oparciu o różnorodne i wiarygodne dane. Miliony przeanalizowanych zapytań do wyszukiwarki Google, wpisów w *social media* i dyskusji na forach dotyczących na przykład matury, umożliwiają zbudowanie badaczom szerokiego i złożonego obrazu problemu. Często jednak stawiając na ilość, zapominamy o jakości. Stąd *thick data*, jako uzupełnienie bądź alternatywa dla *big data*, a więc dane jakościowe, uwzględniające kontekst i opierające się na pogłębionej, a nie szerokiej wiedzy (Geismar, Knox, 2021).

Metody jakościowe bazujące na *thick data* pełnią zróżnicowaną rolę w badaniach społecznych i nie jest to rola podrzędna, mniej precyzyjna czy pilotażowa w stosunku do badań ilościowych. Jest ona po prostu inna. Próbują odpowiadać na odmienne dylematy i zbudować możliwie jak najbardziej precyzyjny obraz świata. Czynią to w oparciu o inny sposób zadawania pytań, inny ich katalog, inny sposób dochodzenia do prawdy w rozumieniu naukowym. Zdecydowanie częściej są to pytania, takie jak: „dlaczego" (utrzymywanie z kimś kontaktu na Snapchacie jest istotne?) czy „w jaki sposób" (możesz opisać swój dzień z perspektywy korzystania ze smartfona?). Badania jakościowe obrazują więc rzeczywistość społeczną z perspektywy przyczyn, przebiegu procesu i motywacji. Z ich udziałem poszukiwane są schematy zachowań i następuje próba uogólnienia wyników z poziomu indywidualnego na społeczny, co jest możliwe przy odpowiedniej próbie badawczej i zachowaniu zasad reprezentatywności w badanej populacji. Wśród najczęściej wykorzystywanych metod stosowanych w realizacji badań dotyczących młodzieży szkolnej wymienić należy *case study* (Holt, Tink, Mandigo i in., 2008), metody netnograficzne (Farooqi, 2021) czy wywiady, w tym indywidualne wywiady pogłębione (*IDI*) (Christiansen, Qureshi, Schaible, Park, Gittelsohn, 2013) oraz grupy fokusowe (Adler, Salanterä, Zumstein-Shaha, 2019).

To właśnie wywiad *IDI* (z ang. *in-depth interview)* wybraliśmy jako najbardziej odpowiedni do realizacji celów zdefiniowanych w procedurze badawczej. Pierwsze obserwacje wskazywały bowiem, że będziemy mieli do czynienia ze zjawiskami nie tylko nowymi w znaczeniu wiedzy opartej na codziennej praktyce, ale i w niewielkim stopniu obecnymi w literaturze. Świat młodzieży szkolnej pozostaje dynamiczny i hermetyczny. Nie będąc jego częścią, trudno pewne, trywialne z punktu widzenia nastolatka, mechanizmy zrozumieć, a nawet zidentyfikować. Jako badacze nie czuliśmy się laikami – staramy się korzystać ze wszystkiego, co nowe i zdobywające popularność w świecie komunikacji mobilnej. Jednak sposoby zaadaptowania tych nowinek do codziennych działań młodzieży stanowiły dla nas już spore wyzwanie. Stosunkowo otwarta metoda indywidualnego wywiadu pogłębionego pomogła więc w realizacji zadania polegającego na zdiagnozowaniu oraz nazwaniu mechanizmów, metod interpretacji komunikatów i nawyków młodzieży, które do tej pory nie były katalogowane w sposób systematyczny. Stąd idea pozostawienia młodzieży swobody i wolności w odpowiadaniu na dość ogólnie sformułowane pytania otwarte. Dążyliśmy tym samym do poprowadzenia rozmowy w kierunku konkretnych, przywoływanych przez badanych przykładów zachowań komunikacyjnych. Gdy takie się pojawiały, dokonywaliśmy zaś ich pogłębionej analizy, przechodząc w rozmowie do kwestii bardziej szczegółowych.

Procedura badawcza objęła 16 wywiadów pogłębionych z młodzieżą uczęszczającą do szkół podstawowych i ponadpodstawowych. Nazywamy ich w tej książce najczęściej młodzieżą szkolną i nastolatkami, ale pamiętać należy, że z formalnego punktu widzenia obiektami naszych badań były dzieci[8]. Wymagało więc to od nas szczególnej wrażliwości i dbałości o formalne i etyczne aspekty realizacji procedur naukowych z udziałem ludzi. Wykorzystane zostały tym samym zgody i klauzule oraz materiały o badaniu, pozwalające na uzyskanie wsparcia rodziców i szkół, w których prowadzone były wywiady,

[8] Naszych respondentów nazywamy dziećmi w rozumieniu *Konwencji o prawach dziecka*, której stroną od 1991 roku jest Rzeczpospolita Polska (Art. 1. W rozumieniu niniejszej konwencji „dziecko" oznacza każdą istotę ludzką w wieku poniżej osiemnastu lat, chyba że zgodnie z prawem odnoszącym się do dziecka uzyska ono wcześniej pełnoletność).

a także na poinformowanie wszystkich stron o celach, przebiegu i zagrożeniach związanych z *IDI*.

W każdej z grup zrealizowaliśmy 8 wywiadów, przy czym w podstawówkach badania objęły tylko ósmoklasistów. Wybór ten podyktowany był odpowiednim poziomem doświadczenia młodych ludzi w posługiwaniu się smartfonem. Tym samym rozmawialiśmy z osobami w wieku 13–18 lat. W doborze próby uwzględniliśmy też takie kategorie jak płeć (50% badanej grupy stanowiły kobiety, 50% – mężczyźni) oraz wielkość miejscowości w jakiej znajdowała się szkoła badanych nastolatków (4 wywiady zrealizowaliśmy w szkołach wiejskich i miastach do 20 tys. mieszkańców; kolejne 4 – w miejscowościach 20–100 tys. mieszkańców, 4 – w miastach od 100 do 500 tys. mieszkańców i 4 – w mieście pow. 500 tys. mieszkańców). Wywiady realizowane były między listopadem 2021 roku a lutym 2022 r. Długość trwania rozmów wahała się między 37 a 86 minut. Ze względu na sytuację pandemiczną 5 z nich zrealizowanych zostało z wykorzystaniem narzędzi pracy zdalnej (platforma MS Teams). Pozostałe – w pomieszczeniach specjalnie zaaranżowanych w szkołach, do których uczęszczali uczniowie na terenie Wielkopolski.

Scenariusz badania obejmował część informacyjną oraz 20 otwartych pytań. Zostały one podzielone na kilka bloków zagadnień. Pierwszy z nich dotyczył kwestii związanych z codziennym komunikowaniem się z wykorzystaniem urządzeń mobilnych. Rozmowy koncentrowały się wokół takich tematów jak: porządek dnia z urządzeniami komunikacji mobilnej, lista wykorzystywanych aplikacji, rytuały i przyzwyczajenia związane z korzystaniem ze smartfona. Druga część objęła w większym stopniu kwestie form i formatów, za pomocą których nastolatkowie komunikują się ze sobą z udziałem urządzeń mobilnych. Pytania w tej części scenariusza dotyczyły zagadnień takich jak: tekstowe, głosowe i audiowizualne formy kontaktu oraz zasady związane z wzajemnym przesyłaniem sobie wiadomości. Część trzecia poświęcona była językowym środkom komunikacji w internecie i objęła zagadnienia błędów oraz zwrotów charakterystycznych dla współczesnego słownika młodzieży. W czwartej fazie scenariusza realizowana była tematyka środków pozawerbalnych obejmując kwestie emocji, symboliki, emoji, emotikonów graficznych oraz znaczenia czasu w procesie komunikacji. Kolejną część zatytułowaliśmy na

potrzeby badania „nową netykietą". Poszczególne pytania koncentrowały się na tematyce dopuszczalnych oraz niedopuszczalnych zachowań komunikacyjnych, a także na kwestii różnic pokoleniowych i ich wpływu na korzystanie z aplikacji mobilnych. Ostatnia część scenariusza umożliwiała naszym rozmówcom zaproponowanie dodatkowych tematów, które nie zostały poruszone w scenariuszu, a z jakichś względów powinny – według badanego – zostać omówione.

Zgromadzony materiał został przenalizowany z wykorzystaniem oprogramowania MAXQDA. Program umożliwił zakodowanie zgromadzonych danych oraz wykonanie podstawowych analiz statystycznych. W tym celu stworzono drzewo kodowe z przygotowanymi uprzednio kategoriami. Nagrania poddano transkrypcji, po czym koderzy anotowali poszczególne kody w powstałym korpusie tekstów. Tak przygotowany materiał badawczy stanowił bazę do dalszych analiz. Pozwoliło to na zdiagnozowanie dominujących tematów, stworzenie listy interesujących nas mechanizmów i poszukiwanie podobieństw oraz różnic w badanym korpusie. Efekt naszych prac prezentujemy w kolejnym rozdziale – porządkującym zgormadzone dane i proponującym nowe ujęcie teoretyczne kwestii komunikacji interpersonalnej *online*. Na jego podstawie udało się także stworzyć listę praktycznych rekomendacji dla przedstawicieli starszych pokoleń. Wszystko to zaś przyświecało naszemu głównemu zadaniu – lepszemu zrozumieniu nastolatków w ich naturalnym środowisku komunikacji.

***

Poszukiwanie teorii i metod naukowych stanowi jedno z najistotniejszych wyzwań dla badacza zachowań współczesnej młodzieży. Sama mnogość koncepcji teoretycznych pozwalających w bardzo zróżnicowany sposób spoglądać na problemy nastolatków to tylko wstęp do rozważań nad kolejnymi dylematami. Zmierzyć się muszą z nimi także badacze, gdy przedmiotem ich zainteresowania są przedstawiciele najmłodszych pokoleń użytkowników smartfonów. To bogactwo naukowych spojrzeń stanowi nieocenioną pomoc w obszarze nauk społecznych, choć nadmiar perspektyw badawczych nierzadko oznacza też ich inflację.

Warto również zwrócić uwagę na problemy natury technicznej i organizacyjnej. Nastolatkowie z dużą rezerwą i nieufnością podchodzili do rozmów z nami. W większości przypadków udało się ją przełamać w momencie, gdy temat dyskusji okazywał się bliski ich codzienności. Duża wiedza w obszarze mediów, jaką zaś mogli się pochwalić, dawała im komfort rozmowy o czymś, na czym się znają.

Zdarzało się jednak (w szczególności w przypadku uczniów szkół podstawowych), że brak śmiałości w bezpośrednim kontakcie z badaczem skutecznie utrudniał wydobycie od respondentów najbardziej podstawowych dla nas informacji. Rezerwa i wycofanie – tak charakterystyczne dla tego pokolenia jako całości – negatywnie przekładały się na samą procedurę. Warto więc zadbać o umiejętności miękkie badacza, inwestować w przyjazną atmosferę i poczucie bezpieczeństwa, a także o spotkania z uczniem w miejscu do tego przygotowanym – gdzie nie odczuwa presji związanej z tym, aby „dobrze wypaść". Zdecydowanie nie sprzyjało temu korzystanie z narzędzi pracy zdalnej – naturalna chęć „ukrycia się za szklanym ekranem" i brak bezpośredniego kontaktu budującego zaufanie, do pewnego stopnia utrudniały nam pracę. Uważamy, że nawet taki detal, jak zwolnienie z lekcji podczas realizowania wywiadu w szkole (odbierane przez uczniów jako nagroda), w przeciwieństwie do rozumienia spotkania *online* jako kolejnego, przykrego obowiązku „po godzinach", mogło mieć wpływ na nastawienie uczniów podczas wywiadów.

Warto w realizacji tego typu badań zadbać o szczegóły: mniej oficjalny ubiór, nienaukowy, prosty język ułatwiający komunikację, brak presji czasu i podkreślanie anonimowości odbywanego spotkania. Są one w stanie nierzadko pozytywniej wpłynąć na ilość uzyskanych podczas *IDI* informacji, niż najlepiej napisany scenariusz wywiadu.

Uważamy, że zainteresowanie polskich badaczy tematyką badań nad młodzieżą mogłoby być większe. Nie tylko dlatego, że jest to ważny sektor, który może dostarczyć cennej wiedzy dla teoretyków i praktyków zajmujących się mediami, marketingiem, edukacją, polityką oraz wieloma innymi obszarami życia społecznego. Istotny jest też argument praktyczny: niewielka różnica wieku między nastolatkami a studentami, doktorantami czy innymi młodymi badaczami może pozytywnie wpłynąć na wzajemny poziom zrozumienia – a przez to – także zaufania. Dla naukowej skuteczności jest to więc argument

istotny – warto namawiać młodych ludzi zainteresowanych nauką do realizacji prac badawczych, dyplomowych i doktorskich w obszarze tego, co na Zachodzie zwykło się nazywać *youth studies* (z ang. badania nad młodzieżą), a co nie ma terminologicznego odpowiednika w języku polskim. Subdyscypliną tego pola badawczego jest zaś obszar komunikowania się młodych ludzi. Spróbujemy przybliżyć go w kolejnym rozdziale, prezentując wyniki zrealizowanych badań.

IV. Jak młodzież komunikuje się z rówieśnikami za pomocą smartfona? Raport z badań

O czym? W tej części książki odpowiadamy na pytania: Czy smartfon diametralnie zmienił sposób, w jaki ludzie się ze sobą komunikują? A może jest to zmiana pozorna? Kim jest *boomer*? Co to jest krindż? W jaki sposób młodzież komunikuje się ze sobą poprzez komunikatory internetowe? Jakie zachowania i mechanizmy temu towarzyszą? Dlaczego medium jest coraz bardziej przekazem?

Dla kogo? To najbardziej „praktyczny" rozdział w książce. Zakładamy, że każdy znajdzie w nim coś dla siebie. Dzięki skatalogowanym zachowaniom interpersonalnym młodych ludzi nauczyciele i rodzice będą mogli je poznać i lepiej zrozumieć. Dla studentów wyniki naszych obserwacji i analiz mogą stanowić inspirację do prowadzenia własnych badań. Akademicy będą zaś mieli okazję się przekonać, jak zastosowano opisaną wcześniej metodologię i jakie dzięki niej osiągnęliśmy rezultaty.

Zarówno badania, na które się powołujemy, jak i nasze początkowe obserwacje w dość jednoznaczny sposób sugerowały istotną zmianę w zachowaniach i sposobach wykorzystywania narzędzi komunikacji przez młodych ludzi. Wiele wskazywało też na to, że są to zmiany daleko wykraczające poza tradycyjne utyskiwania starszych pokoleń na nastolatków. Zrealizowane przez nas wywiady to potwierdzają: odnaleźliśmy wiele zachowań komunikacyjnych, które wydają się tożsame i typowe dla świata konstruowanego przez pokolenie *iGen*. Kontekst przyspieszenia technologicznego w obszarze komunikacji, w którym przyszło im żyć, odciska wyraźne piętno na budowaniu przez nich relacji z wykorzystaniem smartfona. Dotyczy to zarówno języka, którym się posługują, jak i pełnej integracji światów *online* i *offline*.

Pozostaje też drugi komponent rzeczonej zmiany. Sami uczniowie, bez względu na grupę wiekową i towarzyszące wywiadom kryteria statystyczne badanej populacji, zgodnie twierdzili, że zarówno narzędzia, jak i język komunikacji dostosowują do starszych grup wiekowych, kiedy komunikują się z przedstawicielami pokolenia swoich rodziców i dziadków. Wskazują na to obszerne fragmenty realizowanych przez nas wywiadów:

Cytat 25.
Zazwyczaj takich emotek używają po prostu osoby starsze, takie zwykłe uśmiechnięte, i wtedy to jest po prostu okej, bo nie wiedzą, co to znaczy. Jakby ktoś na poważnie użył [tego – przyp. aut.] *w moim wieku, to raczej bym uważała za chamską, taki zwykły uśmieszek. Ale to też raczej nikt* [tego – przyp. aut.] *nie używa. Ale taki zwykły właśnie dwukropek, nawias, też może być odebrany za chamską rzecz, niemiłą* (Wywiad 2, wers: 226).

Cytat 26.
Na przykład takiego „XD", to jak z kimś piszę starszym, to… z moją mamą na przykład pisałam tak i nie obchodziło mnie, że ona nie wie, co to znaczy. Ale jak piszę z tatą, ciocią, babcią, (...) *to staram się tego nie używać, żeby*

nie zastanawiali się, o co chodzi: „co ona napisała?” (Wywiad 7, wers: 196).

Jest to rzecz jasna wniosek spodziewany i niewiele różniący się od wcześniejszych przejawów różnic pokoleniowych towarzyszących ludziom na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci. Warto jednak odnotować wielowymiarowość zmian towarzyszących przejściu od dominacji komunikowania bezpośredniego w wariancie interpersonalnym po model zapośredniczony, ewentualnie będący hybrydą dwóch podstawowych sposobów budowania relacji między ludźmi.

Po pierwsze, można dostrzec dywersyfikację wykorzystywanych narzędzi i języka w ramach komunikacji zapośredniczonej:

Cytat 27.
Obracam się też w środowisku brydżystów, to są raczej starsi ludzie i wtedy oni korzystają z takich komunikatorów: jakichś forów starych (...). *Z takimi ludźmi trudno jest się dogadać przez coś innego niż przez telefon albo przez to forum* (Wywiad 5, wers: 52).

Efektem tego trendu jest zwielokrotnienie barier w relacjach międzypokoleniowych. Pojawiają się nie tylko szumy związane z funkcjami komunikatorów, ale także różnica wieku między interlokutorami. Mamy więc do czynienia z kolejną płaszczyzną i kolejnym katalogiem takich ograniczeń oraz przeszkód w procesie skutecznego i efektywnego komunikowania się. Warto też odnotować, że wcześniej te ograniczenia miały postać głównie zwerbalizowaną. Obecnie towarzyszy jej symbolika wizualna, postacie internetowej popkultury – słowem – całe uniwersum internetowego świata. Fakt ten wyrasta na mocny argument skłaniający do twierdzącej odpowiedzi na pytanie

o r e a l n ą z m i a n ę na gruncie współczesnych sposobów komunikowania się *online* przez młodzież.

Efektem tego jest wartościowanie i pojawienie się aparatury pojęciowej w języku młodzieży, która ma za zadanie odróżnić to, co można i wypada robić w internecie od tego, co niemodne i przebrzmiałe. Przyjrzyjmy się dwóm kolejnym cytatom dobrze opisującym te kategorie:

Cytat 28.
[Memy – przyp. aut.] *starzeją się i są potem niepopularne. Jak ktoś ich używa, to jest uznawany za takiego boomera* (...). *Jak są jakieś utwory muzyczne na YouTube, jakieś starsze piosenki i tam są komentarze starszych osób: „proszę pana, piękna piosenka", „ja tam się popłakałam na przykład jak słuchałam" i tak dalej, „moje dzieci uwielbiają", coś w tym stylu. No to nieraz – faktycznie – młodsze osoby też napiszą coś takiego i to już jest uznawane za takie dziwne, że niespotykane. Takim językiem operują raczej starsi ludzie, a nie młodzież* (Wywiad 1, wers: 116).

Cytat 29.
Tacy starsi ode mnie, np. moja mama czy moja babcia to – jeśli chodzi o emotki – to oni też dają te mocno podstawowe i zazwyczaj zdarza się (...) *krindż ostatnimi czasy. Więc – wiadomo – to jest różnica, wiek to też odwzorowuje. Bo ci starsi ludzie już nie patrzą na takie trendy na Instagramie. Wiek też ma jakieś znaczenie* (Wywiad 3, wers: 316).

Można by uznać, że tak rozumiane zmiany pokoleniowe nie różnią się zbytnio od podobnych konfliktów między generacjami na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci. Nowa aparatura pojęciowa w słownikach samej młodzieży może być jednak tropem wskazującym na subtelną, ale istotną zmianę jakościową w pojmowaniu tego, jak komunikują się ze sobą przedstawiciele poszczególnych pokoleń. Przy-

wodzi to na myśl inne określenia, którymi opisujemy zjawiska charakterystyczne dla internetu. Nazywają one znane nam procesy, ale wykorzystują do tego rzekomo nowe i w zasadzie zbędne terminy. Takim słowem jest chociażby modne w ostatnim dziesięcioleciu pojęcie post-prawdy, które – jak uważa część badaczy – nie różni się specjalnie od znanego nam od wieków pojęcia zwykłego „kłamstwa". Jednak po bliższym przyjrzeniu się zjawiskom, które określamy jako przejawy post-prawdy, okazuje się, że ich cecha systematyczności, bazowania na danych użytkowników czy dywersyfikacja kłamliwych argumentów mogą stanowić poważne podstawy do wprowadzenia nowego pojęcia w obieg naukowy. Staje się ono potrzebne, gdyż precyzyjniej określa to, czym charakteryzuje się komunikacja internetowa (Jakubowski, Pawełczyk, 2017). Podobnie sprawa się ma ze współczesnymi różnicami pokoleniowymi, na które spoglądamy przez pryzmat narzędzi komunikowania. Jeśli różnice te znajdują odzwierciedlenie w nowych pojęciach w języku młodzieży i dotyczą stosunkowo nowej sfery funkcjonowania większości społeczeństw na świecie, to mówienie o znaczącej zmianie wydaje się uzasadnione.

Słowa „boomer" oraz „krindż" to jedne z częstszych określeń pojawiających się w wypowiedziach naszych respondentów, a określające to, co znajduje się poza granicą powszechnie przyjętych norm zachowania się i komunikacji na płaszczyźnie *online*. Aby lepiej je zrozumieć i opisać nimi proces zmian pokoleniowych, warto je uprzednio zdefiniować.

Boomer to żartobliwe, prześmiewcze, a dla niektórych obraźliwe określenie osoby nieprzystającej swoimi poglądami do współczesnych realiów społecznych. Etymologia pojęcia prowadzi nas do pokolenia *baby boomers* – terminu stosowanego głównie w odniesieniu do społeczeństwa amerykańskiego i określającego w ten sposób generację powojennego wyżu demograficznego z lat 1946–1960/1964 (Sandeen, 2008). Dziś jest to pokolenie 70-latków, wciąż uznawanych za jedną z dominujących sił politycznych w wielu krajach Zachodu. Z tego pokolenia wywodzi się między innymi pięciu ostatnich amerykańskich prezydentów[9]. „Boomerski" znaczy więc tyle, co „żenują-

[9] Wątpliwości może wzbudzać obecność w tym gronie Joe Bidena, który urodził się w 1942 roku, a więc przed powojennym wyżem demograficznym.

cy", „staroświecki", „z innej epoki", słowem, nierozumiejący problemów współczesnego świata.

Boomer to też archetyp użytkownika internetu, który nie nadąża za współczesnymi trendami i nie rozumie świata *online*. Pamiętać należy, że samo określenie zostało ukute przez społeczność sieci: na internetowych forach jest obecne od końca pierwszej dekady XXI wieku, zaś upowszechnione zostało 10 lat później za sprawą materiałów powstałych w serwisie TikTok. Najbardziej rozpowszechnionym frazeologizmem jest tu „OK, boomer!". Jest on trudny do jednoznacznego przetłumaczenia i nieposiadający swojego odpowiednika w języku polskim. Zbliżonym tekstem, choć niepełniącym w polszczyźnie funkcji związku frazeologicznego, byłoby pewnie zdanie „Siedź cicho, dziadku!". Istnieje jednak frazeologizm, który, w internetowym żargonie, można by uznać za odpowiednik „Ok, boomer!". Podpowiedź znajdujemy w jednym z przeprowadzonych wywiadów:

Cytat 30.
Są treści (...) *boomerskie, żarty czy memy, gdzie, no nie mówię już o jakiejś tam „smacznej kawusi", ale są różne takie obrazki, że ktoś wysyła, jak jest w starszym wieku* (Wywiad 1, wers: 110).

Określenie „smacznej kawusi" to powszechnie rozpoznawalny cytat, łatwy do odnalezienia w serwisach popularnych wśród starszego pokolenia użytkowników sieci. To prosty kolaż graficzny zamieszczany w mediach społecznościowych i mający na celu życzyć innym użytkownikom miłego dnia. Jest to praktyka powszechnie przez młodzież obśmiewana, kojarzona z przaśną estetyką internetu z czasów sprzed ich narodzin. Szybko stała się więc symbolem obciachu czy wspomnianego *boomerstwa*.

Krindż zaś to wyrażenie wywodzące się z języka angielskiego pochodzące od słowa *cringe* oznaczającego m.in. żenadę, wstyd czy po-

czucie zażenowania czyimś zachowaniem. Używamy tu spolszczenia w sposób celowy – po pierwsze dlatego, że pojawia się od jakiegoś czasu właśnie w tej formie w dyskusjach dotyczących kultury internetowej. Po drugie – biorąc pod uwagę powszechność słowa „krindż" w zgromadzonym przez nas materiale badawczym, można bez wątpienia stwierdzić, iż jest ono młodym ludziom powszechnie znane. Na stałe weszło też do słownika pokolenia *iGen* dzięki jego popularności w mediach społecznościowych czy innych istotnych dla młodzieży kanałach komunikacji internetowej. To kolejne z określeń obrazujących pokoleniową przepaść, szczególnie widoczną we wzorach zachowań obejmujących media. Ze zgromadzonego przez nas materiału badawczego nie wyłania się precyzyjny zakres tego, co jest „krindżowe", a co nie. Młodzi ludzie często wymieniają stosowanie określonych emotikonów i emoji, niemodne (w ich rozumieniu) memy i inne materiały graficzne czy używanie specyficznych form interpunkcji. Deklarują również, że są w stanie oszacować wiek nadawcy na podstawie obecności tych elementów w wypowiedzi interlokutora.

Kolejny trop wiodący do uznania zmian społecznych w obszarze komunikacji wśród przedstawicieli *iGen* to fakt, iż zróżnicowanie wiekowe, a przez to różnice w stosowanych zasadach tworzenia komunikatu mają charakter coraz węższy. Coraz mniejsza różnica wieku może stanowić więc powód do uznania danych zachowań komunikacyjnych za niewłaściwe. Warto bliżej przyjrzeć się kilku wypowiedziom naszych respondentów, którzy w następujący sposób opisują ten problem:

Cytat 31.
Chcę tylko wspomnieć, że też Snapchat staje się mniej popularny trochę kosztem TikToka, który stał się nowym gigantem społecznościowym i z tego komunikatora na przykład zbyt często nie korzystam. Moi kumple, na przykład, szczególnie ci starsi, z którymi się komunikuję, uważają, że to jest takie trochę krindżowe, używanie TikToka, takie troszkę dziwne, szczególnie ich nagrywanie i publikowanie. Nie to co na Instagramie, gdzie możemy praktycznie

zamieszczać posty, jakie chcemy i ci odbiorcy to uszanują (Wywiad 4, wers: 244).

Cytat 32.
Na przykład rocznik 2003 to pisze bardziej bez emotikonów. Widać, że to jest taka grupa, w której Messenger dopiero stawał się popularny, mam wrażenie. My jesteśmy tacy średni. I potem tak najmniej dojrzałe, najbardziej [obeznane – przyp. aut.] *z tymi emotikonami, różnymi skrótowcami to jest* [rocznik – przyp. aut.] *2006, 2007. Ale to też mam takie wrażenie, że jest jakaś przepaść między* [rocznikami – przyp. aut.] *2006/07 a 2004, 2005* (Wywiad 6, wers: 432).

Być może więc określenie zmiany, której podstawą miałyby być rzekomo różnice pokoleniowe, to trop zbyt szeroki. Transformacja następuje bowiem tak szybko, że 20–30 lat, które niezbędne jest, aby uznać zmianę za generacyjną, to zdecydowanie zbyt długo w obliczu dynamiki przeobrażeń i stałej negocjacji tego, co stanowi „wzorzec z Sevres" dla komunikacji internetowej. Nasi rozmówcy (w szczególności licealiści) wielokrotnie zwracali uwagę na to, że starsze i młodsze roczniki ich kolegów i koleżanek stosują zupełnie inne wzorce w tworzeniu komunikatów w codziennym życiu. „Starzeniu się" szybko ulega też wszystko, co w obrębie tej komunikacji funkcjonuje: internetowi celebryci, memy, slogany i inne, powszechnie rozpoznawalne kody.

W tej sytuacji należy wyodrębnić w ramach *iGen* subpokolenia, które różnią się od siebie zestawem cech identyfikacyjnych, czyli zbiorem czynników subiektywnie charakteryzujących pewne b l i s k i e g e n e r a c j e. Według badaczy powstają one w wyniku odmiennych procesów socjalizacji pierwotnej i wtórnej (Wrzesień, 2007). W naszym przekonaniu można je symbolicznie określić jako subpokolenia: Instagrama (1995–2000), TikToka (2001–2006) i BeReal (2007–2012). Jako że interesowała nas współczesna młodzież szkolna, grupy pierwszej nie badaliśmy – to już dorośli ludzie, nierzadko studenci, urodzeni jeszcze w XX wieku. Zdecydowanie zaś

interesowała nas grupa, którą określić można jako *mid-GenZ*, a więc uczniowie szkół ponadpodstawowych. Ich wchodzenie w czas nastoletniości zbiegło się z popularnością platformy TikTok, choć jeszcze wielu z nich za swój podstawowy serwis społecznościowy uznaje Instagram. Uczniowie ostatnich klas szkół podstawowych, z którymi przeprowadzaliśmy wywiady, to już zaś zdecydowanie później przedstawiciele pokolenia *iGen* (*late-GenZ*). Jako przywykli do TikToka – swojego podstawowego serwisu społecznościowego – rozglądają się już za kolejnym „miejscem", które mogłoby definiować i reprezentować ich cechy subpokoleniowe.

Za potencjalnego kandydata uznajemy w tym przypadku powstałą w 2020 roku aplikację BeReal. Jej główną funkcją jest codzienne powiadomienie, które zachęca użytkowników do dzielenia się zdjęciem siebie i swojego najbliższego otoczenia w losowo wybranym dwuminutowym oknie każdego dnia. Wynikająca z nazwy i funkcji autentyczność wydaje się nam więc ciekawym i perspektywicznym symbolem dla kolejnych roczników *iGen*, które – przynajmniej formalnie – w większości nie mogą jeszcze samodzielnie korzystać z mediów społecznościowych ze względu na niezgodność z regulaminem użytkownika. Co więcej, aplikacja dynamicznie rozwija się w Stanach Zjednoczonych, gdzie ściągnęło ją już około 30 milionów Amerykanów (Curry, 2023). Oznacza to niemal co dziesiątego mieszkańca tego kraju. Jako że trendy amerykańskie zawsze silnie oddziaływały na modę w całym świecie Zachodu, należy się spodziewać, że i w Europie, w tym w Polsce, aplikacja będzie zyskiwać na popularności w najbliższych latach. Nie mamy więc pewności, czy aplikacja BeReal jest godnym symbolem i potencjalnie uniwersalnym serwisem dla *late-GenZ* czy tylko chwilowym trendem. Na ten moment stanowi jednak bodaj najbardziej przekonujący i perspektywiczny symbol współczesnych przemian.

W tak dynamicznie zmieniającym się środowisku mediów, hipoteza o rzekomych wzorcach zachowań tożsamych wyłącznie dla tego obszaru naszej codziennej aktywności wydaje się uprawniona i wymaga powrotu do zasadniczego dylematu realizowanego badania.

Wracamy więc do próby odpowiedzi na najistotniejsze pytania: czy zmiana mechanizmów komunikacyjnych jest pozorna, powierz-

chowna, bazująca na nowych technologiach, ale klasycznych modelach zachowań? Czy może mamy do czynienia z zupełnie nowymi procesami, wymagającymi nowych teorii, metod i paradygmatów? Odpowiedzieć na to pytanie może pomóc poniższe zestawienie opisanych przez nas zachowań i bazujących na nich mechanizmów. Umieściliśmy je w tabeli 4 z podziałem na czynniki, które nazwaliśmy translokacyjnymi i nietranslokacyjnymi.

Tabela 4

Translokacyjne i nietranslokacyjne zachowania komunikacyjne młodzieży szkolnej

Czynniki translokacyjne	Czynniki nietranslokacyjne	
Tolerancja wobec błędów językowych	Dywersyfikacja narzędzi komunikacji	*Medium jest (wciąż) przekazem*
Tolerancja wobec asynchroniczności	Stymulowanie i symulacja	
Indywidualizacja stylistyczna	Utrwalanie	
Autocenzura cyfrowa	*Ghosting*	
	Gry relacyjne	
	Interpretacja emotikonów i skrótów w komunikacji	
	Estetyzacja wypowiedzi	
	Influenceryzacja	
	Komunikacja transakcyjna	
	Dywersyfikacja reakcji graficznych	
	Ukrywanie dostępności	

Źródło: Opracowanie własne.

Zanim dokonamy analizy i opisu poszczególnych zachowań przypisanych do dwóch powyższych kategorii wypada wprzódy wyjaśnić sam sens przyjętego przez nas podziału. Wrócić należy do głównego dylematu, który towarzyszył tworzonej procedurze

badawczej. Chodzi mianowicie o próbę ustalenia, na ile powyższe zachowania uznać można za pokłosie tradycyjnie rozumianej socjalizacji młodzieży, a na ile za procesy wynikające z potrzeby dostosowania się do bieżącej sytuacji komunikacyjnej – wraz z towarzyszącymi jej nowymi technologiami i możliwościami. Innymi słowy: na ile najmłodsze pokolenia adaptują wypracowane przez wcześniejsze generacje mechanizmy komunikacyjne do współczesnych warunków, w jakich się znalazły, a na ile zmuszone są do tworzenia zupełnie nowych zachowań? W tym pierwszym przypadku mówić będziemy o translokacji – bezpośrednim przeniesieniu wzorców, nieróżniących się zasadniczo od tych stosowanych w komunikacji niezapośredniczonej. Nie dostrzeżemy tu znaczących zmian między sytuacjami komunikacyjnymi w trakcie spotkania twarzą w twarz a tymi, którym towarzyszy smartfon. Odwrotny proces dostrzegamy podczas analizy czynników nietranslokacyjnych. W tym przypadku takich odpowiedników nie odnaleźliśmy – zarówno uwzględniając prowadzone przez nas obserwacje, jak i dokonując niezbędnej analizy literatury w tym zakresie.

Spójrzmy przez ten pryzmat na zdiagnozowane mechanizmy komunikacyjne z uwzględnieniem czynnika translokacji bądź jego braku.

1. Tolerancja wobec błędów językowych

Pierwszemu zdiagnozowanemu przez nas mechanizmowi towarzyszyła hipoteza zakładająca, że *style komunikacyjne wykorzystywane przez młodzież szkolną i współdzielone zasady tworzenia treści stanowią podstawę do poczucia komfortu w komunikacji. Wpływają między innymi na budowanie relacji, zawieranie przyjaźni i czerpanie satysfakcji z aktu komunikacyjnego.* Prawidłowość tę nazwaliśmy s y n d r o m e m E l a i n e. To nawiązanie do postaci z amerykańskiego serialu komediowego *Seinfeld*. W czwartym odcinku piątego sezonu zatytułowanym *The Sniffing Accountant* (*z ang. Pociąganie nosem*) główna bohaterka zrywa ze swoim chłopakiem przez... interpunkcję. Chodzi o brak wykrzyknika w notatce o przyjaciółce Elaine, która urodziła dziecko. Według bohaterki, brak znaku interpunkcyjnego nie

oddawał odpowiedniego poziomu radości jej chłopaka na wieść o narodzinach. Scena kończy się awanturą i rozstaniem pary. Brak zgodności co do stosowanej interpunkcji jest więc podstawą zburzenia relacji. Notatka zapisana na kartce, bazująca na informacji nagranej na automatycznej sekretarce w latach 90. XX wieku czyni rzecz jasna scenę absurdalną. Jak się jednak okazuje, jej przeniesienie do świata *social media* może stanowić podstawę do hipotezy o jakości relacji regulowanej zgodnością, co do zasad interpunkcyjnych stosowanych w obszarze komunikatorów internetowych. Rozmawiając z przedstawicielami młodego pokolenia, w mniejszym stopniu interesował nas więc sam charakter błędów pojawiających się w ich wypowiedziach, w większym zaś – konsekwencje, jakie ze sobą niosą[10].

Pytani o motywację pomijania niektórych zasad językowych czy interpunkcyjnych, badani wskazywali nie tylko na praktyczność takiego uproszczenia, sprowadzającego się głównie do oszczędności czasu. Chodzi też o kwestie estetyczne. Nieuwzględnianie wybranych reguł w obszarze komunikatorów było przez uczniów postrzegane jako część składowa ich osobistego stylu komunikowania się w internecie. Uproszczenia, charakterystyczne zwroty czy emotywność wypowiedzi w komunikacji bezpośredniej kształtują osobistą tożsamość językową. Podobnie jest w internecie:

Cytat 33.

Ja sama nie zwracam jakoś bardzo uwagi na gramatykę. Nie używam zawsze przecinków, kropek [również – przyp. aut.] *nie używam. Z uwagi na estetykę mam na przykład w ustawieniach włączoną* [funkcję – przyp. aut.]*, że żadna moja wiadomość nie zaczyna się od dużej litery. Czyli jak zaczynam coś pisać i włącza mi się duża litera, to automatycznie, bo uważam, że jak wszystko jest napisane małą literą, to wygląda estetyczniej po prostu. Więc ja na przy-*

[10] Badacze podkreślają, że wśród najczęstszych błędów pojawiają się: brak polskich znaków diakrytycznych czy nadużywanie zdrobnień i wulgaryzmów (Wilczyńska, Mackiewicz, Krajka, 2019). Z naszych doświadczeń wynika, że do tego katalogu należałoby dodać: rezygnację z interpunkcji i unikanie wielkich liter.

kład dużych liter nie używam praktycznie w ogóle, gdzie jest to poprawne gramatycznie i powinno się to robić (Wywiad 2, wers: 74).

Jednocześnie nasi rozmówcy podkreślali, że liberalne podejście do zasad konstruowania wypowiedzi nie jest równe anarchii, a podstawowe zasady jednak obowiązują:

Cytat 34.
Ja piszę na pewno poprawnie, jeśli chodzi o sam język. Bo kiedy ktoś na przykład zrobiłby błąd w słowie, jakiś językowy, ortograficzny czy cokolwiek, to by mnie to bardzo zdenerwowało i by mnie to zirytowało i by mnie to wytrąciło. Jak by to była nie wiadomo jak poważna wiadomość, to trzeba jednak zachowywać, mimo wszystko, według mnie [zasady – przyp. aut.]. *Ja jestem też osobą, która nie hamuje się raczej z tym, żeby komuś zwrócić na coś uwagę, jeśli mi coś przeszkadza* (Wywiad 2, wers: 76).

Okazuje się, że stosowanie lub niestosowanie zasad ortograficznych zgodnych ze standardem samo w sobie może być jakimś przekazem – mówić o intencjach czy emocjach rozmówcy. Idąc krok dalej – może stanowić narzędzie, którym posługujemy się, by osiągnąć cel rozmowy (w przypadku autorki poniższego cytatu tym celem było wzbudzenie poczucia winy u swojego chłopaka):

Cytat 35.
Zazwyczaj nikt nie używa interpunkcji, ale jak ktoś już użyje, to wiadomość jest uważana za bardziej poważną (...).

Kiedy na przykład na mojego chłopaka jestem na coś zła i chcę mu coś wytłumaczyć, to będę używać kropek, interpunkcji, żeby dać taki wydźwięk tej mojej wiadomości, że faktycznie jest poważniejsza niż wszystko inne, co piszę (Wywiad 2, wers: 83).

Młodzież wskazywała również, że nagła zmiana na gruncie poprawności językowej, w ramach rozmowy z wykorzystaniem komunikatorów internetowych, może być w różny sposób interpretowana. Poruszenie kwestii tolerancji wobec błędów językowych wywoływało, podobnie jak przy innych zagadnieniach, dyskusję na temat pewnych przyzwyczajeń czy schematów (naszych i rozmówców), dzięki którym możemy w komunikacji *online* czuć się swobodnie.

Spostrzeżenie to wydaje się najistotniejsze z perspektywy postawionej hipotezy. Styl, na który składają się też odstępstwa od zasad języka standardowego i tolerancja wobec nich, stanowi bowiem element budowania dobrych relacji. Kontynuując dyskusję na temat błędów nasza rozmówczyni mówi:

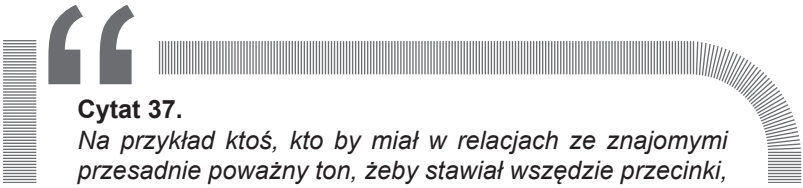
Cytat 36.
To zależy też od tego, kto pisze, bo jeśli mam doświadczenie z kimś w pisaniu, to wiem zazwyczaj, o co mu chodzi (Wywiad 2, wers: 82).

Stwierdzenie „doświadczenie z kimś w pisaniu" wydaje nam się emblematyczne i wyjątkowo cenne w zrozumieniu opisywanego mechanizmu. Wzajemna akceptacja w stosunku do popełnianych błędów stanowi podstawę lepszego zrozumienia, komfortu i ułatwia nawią-

zywanie relacji. Wzajemne uczenie się charakterystyki stylu skutkuje oswojeniem i dopasowaniem.

W przypadku mechanizmu tolerancji wobec błędów językowych mamy do czynienia z dość jasnym i klarownym przeniesieniem pewnych zachowań ze świata *offline* do *online*. Każdy z nas bowiem, w zależności od zmiennych środowiskowych, wynikających z edukacji, a także wielu innych czynników, posługuje się polszczyzną w komunikacji werbalnej mniej lub bardziej zbliżoną do wysokiego poziomu poprawności językowej wypowiedzi. Samo używanie języka przekłada się zaś na tolerancję wobec poprawności wypowiedzi interlokutora. Jeśli nasz poziom pobłażliwości zostanie przekroczony, to, po pierwsze, zapewne zaczniemy identyfikować rzeczone błędy w wypowiedziach nadawcy, po drugie zaś – zwrócimy uwagę i zasugerujemy poprawną wersję wypowiedzi. Badania dotyczące tego problemu udało się przeprowadzić między innymi Piotrowi Zbrógowi (2015).

Jak się okazuje, podobnie mechanizm ten wygląda w komunikacji *online*. Każdy z nas posiada bowiem określony poziom takiej tolerancji w stosunku do zasad ortograficznych, interpunkcyjnych, stylistycznych, fleksyjnych i innych, dla których punkt odniesienia stanowi język standardowy, nauczany podczas lekcji w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych. Jest to istotny element podstawy programowej przedmiotu *język polski*. Można więc założyć, że zasady mowy i pisowni potocznej ulegają kulturowej zmianie, ale uczniowie mają też uniwersalny punkt odniesienia. Jak już wielokrotnie wykazywaliśmy – dotyczy to także młodzieży szkolnej, która „standard" pisowni w aplikacji *Messenger* identyfikuje zupełnie gdzieś indziej niż podręcznik do języka polskiego. Uczniowie wiedzą jednocześnie, że w języku standardowym kropka na końcu zdania występuje. W codziennej komunikacji taka praktyka uznana byłaby jednak za ekstrawagancję:



Cytat 37.
Na przykład ktoś, kto by miał w relacjach ze znajomymi przesadnie poważny ton, żeby stawiał wszędzie przecinki,

kropki, to nawet wśród bliższych znajomych będzie uznawany za trochę dziwnego (Wywiad 1, wers: 104).

Nie chcieliśmy rozpatrywać tego zjawiska z perspektywy podupadania języka (z ang. *deterioration*), często pejoratywnie wykorzystywanego w literaturze naukowej (Warner, 2017). Zależało nam bardziej na dostrzeżeniu przyczyn i konsekwencji związanych ze zmianami językowymi. Nie ulega bowiem wątpliwości, że stanowią one ważny punkt odniesienia dla budowania relacji i komfortu komunikacyjnego przedstawicieli pokolenia *iGen*.

2. Tolerancja wobec asynchroniczności

Warto pamiętać, że czas stanowi na wielu płaszczyznach istotny komponent komunikacji interpersonalnej. Tempo mówienia, szybkość udzielania odpowiedzi, synchroniczność komunikacji bądź jej brak – wszystko to kluczowe czynniki z perspektywy mechanizmów komunikacji, takich jak zaufanie czy interpretacja. Założyliśmy – podążając tropem przytoczonych teorii – że *z powodu braku aspektów charakterystycznych dla komunikacji bezpośredniej, elementy pozajęzykowe i ich interpretację uznać należy za immanentny element budowania relacji online*. Czas stanowi zaś nieodzowny komponent tychże elementów.

Kwestię zidentyfikowanego przez nas mechanizmu braku tolerancji wobec asynchroniczności również klasyfikujemy jako czynnik translokacyjny. Co więcej, być może na tym przykładzie jeszcze dokładniej widać bezpośredni związek przyczynowo-skutkowy między zasadami komunikacji bezpośredniej i zapośredniczonej. Wiemy bowiem, że istnieje wyraźna zależność pomiędzy szybkością odpowiedzi w konwersacji typu *face to face* a budowaniem relacji między interlokutorami. Innymi słowy, tempo w jakim odpowiadamy ma znaczenie – im bardziej dynamiczna dyskusja, tym lepsze relacje osób, które ze sobą rozmawiają. Nie zastanawiając się nad odpowiedziami, a więc wymieniając zdania w sposób płynny i niezakłócony, dajemy wyraz naszej szczerości, niewymagającej analizowania każ-

dej z wypowiedzi (Templeton, Chang, Reynolds, Cone LeBeaumont, Wheatley, 2022). Można więc wnioskować, że nawet najmniejsze opóźnienie w konwersacji wpływa negatywnie na jej jakość.

Podobnie jest w przypadku komunikacji zapośredniczonej, chociaż same odstępy czasowe pomiędzy kolejnymi, przesyłanymi w komunikatorze wiadomościami są oczywiście zdecydowanie dłuższe niż ułamki sekundy istotne dla relacji bezpośrednich. Chodzi o ogólne poczucie uczestniczących w rozmowie, że odbywa się ona w czasie rzeczywistym – po drugiej stronie ekranu jest osoba, która w tym samym czasie patrzy na smartfon i na bieżąco reaguje. Kiedy tak nie jest, komfort konwersacji wyraźnie się obniża:

Cytat 38.
Jeśli już ktoś odczytał i nie odpisze przez 5 minut, to już jest taka sytuacja, że coś jest nie tak: albo nie chce nam na to odpisać, albo nas trochę lekceważy (Wywiad 1, wers: 136).

U podstaw spadku komfortu, jak widać, leży zaś zbyt długi czas przeznaczony na interpretację komunikatu przez odbiorcę, co rodzi dodatkowe szumy:

Cytat 39.
Gdy ktoś nie odczytuje [wiadomości – przyp. aut.]*, ale tak autentycznie nie jest dostępny – widać, że na Facebooku ostatni raz był ileś tam* [czasu – przyp. aut.] *temu – to już jednak z tyłu głowy jest taki sygnał, że ktoś jest zajęty, że musi być w szkole i już się od razu odpala taki scenariusz, co ta osoba robi* (Wywiad 9, wers: 197).

Dla naszych respondentów bardzo często brak odpowiedzi jest już więc pewną odpowiedzią. Nie tylko stanowi komunikat, że nasz rozmówca jest w tym momencie zajęty i dlatego milczy. Często interpretowany jest też jako intencjonalne odwlekanie udzielenia odpowiedzi. Choć takie zachowanie bywa postrzegane negatywnie, wydaje się jednocześnie, że jest generalnie zrozumiałe. Badani przyznawali, że sami, widząc wiadomość dla nich „niewygodną", nie włączają konwersacji z nadawcą, by ten nie widział, że dany komunikat już przeczytali. Taki zabieg sprawia, że mają więcej czasu na zastanowienie się nad odpowiedzią.

Jeśli weźmiemy pod uwagę fakt, że rozmowy poprzez komunikatory stanowią dla osób młodych sposób na budowanie znajomości, zacieśnianie więzi i poznawanie drugiego człowieka, skutki asynchroniczności komunikacji możemy uznać za czynniki mające duży wpływ na kształtowanie się takich relacji. Zwlekanie z odpisywaniem może niecierpliwić, niepokoić, stresować, a nawet wpływać na spadek poczucia pewności siebie. Świadomość, że odbiorcę dzieli od udzielenia odpowiedzi jedynie gest podniesienia smartfona i wystukania słów na klawiaturze może te negatywne interpretacje potęgować:

Cytat 40.
Jeśli to byłaby osoba, z którą dawno nie pisałam i by odczytała, ale nie odpisała, to bym od razu żałowała, że napisałam, że zrobiłam ten pierwszy krok. Pomyślałabym, że taka osoba mnie wyśmiewa (Wywiad 7, wers: 230).

Cytat 41.
Najbardziej mnie irytuje, jak osoba długo pisze coś, pokazuje mi się na Messengerze, a wysyła wiadomość: „ok". Bo ja mam już w głowie różne scenariusze, co może się stać, czy coś zrobiłem i jest jakaś długa historia, czy chodzi o zerwanie przyjaźni. A tu (...) *osoba pisze: „ok"* (Wywiad 8, wers: 168).

Pierwotne narzędzia do komunikowania się w internecie pozbawione były funkcji monitorowania „odczytania wiadomości". Poza tym, nasza „kultura bycia" w sieci także ulega zmianom, co możemy z łatwością dostrzec, jeśli zwrócimy uwagę na rolę, jaką w naszej codzienności zaczęły pełnić smartfony. Coraz trudniej zatem pozostać w przestrzeni *online* nie tylko anonimowym, ale i niezauważonym. Dla nastolatków naturalne jest bycie stale *online*, dlatego też nie dziwi to, że raczej oczekują oni natychmiastowego komunikatu zwrotnego, zwłaszcza gdy widzą, że dana osoba jest w sieci aktywna lub była aktywna przed chwilą:

Cytat 42.
Najczęściej ta druga osoba jest właściwie sprytna i nie odczyta tej wiadomości. To widać, jeżeli ktoś jest aktywny, a zostawia, żeby nie odczytać. Może to wynikać troszkę ze strachu (Wywiad 9, wers: 179).

3. Indywidualizacja stylistyczna

Wynikające z asynchroniczności szumy, stanowiące odpowiednik przedłużających się pauz w komunikacji „twarzą w twarz", można więc łatwo zakwalifikować jako mechanizm translokowany. Potrzebę natychmiastowego responsu nabywamy od najmłodszych lat i przenosimy ją na grunt komunikacji *online*. Podobnie rzecz się ma w przypadku zjawiska indywidualizacji stylistycznej. Każdy bez wątpienia posiada bowiem indywidualny zestaw werbalnych „linii papilarnych", za pomocą których identyfikacja danej jednostki nie budzi wątpliwości. Dotyczy to między innymi tonu, tempa mówienia, głośności wypowiedzi i zestawu stosowanych słów. Badania poświęcone temu zagadnieniu od lat pomagają w identyfikowaniu autorstwa tekstów literackich (Eder, 2011). W ostatnich czasach wykorzystuje się to doświadczenie w celu stosowania miar leksykalnych i innych cech

języka do identyfikacji autorów publikacji internetowych, w tym także tych charakterystycznych dla środowiska *social media* (Keretna, Hossny, Creighton, 2013). W naszych badaniach również założyliśmy, że *zakres stosowanych zabiegów komunikacyjnych w social media jest silnie zindywidualizowany i może stanowić cyfrowy „odcisk palca" młodych użytkowników sieci*.

Różnica leżąca u podstaw procesów indywidualizacji stylistycznej w wersji *online* i *offline* wydaje się dość prozaiczna i wynikająca li tylko z rozlicznych form samego komunikatu. Ich zakres jest po prostu inny i będący efektem naturalnych rozbieżności między komunikacją zapośredniczoną i *face to face*. Tak jak w bezpośredniej konwersacji będzie to wspomniane tempo, tak w przypadku dyskusji w aplikacji Messenger będzie to stosowanie znaków interpunkcyjnych, wielkich liter na początku zdania, zestaw wykorzystywanych memów i gifów, podkłady muzyczne w tiktokach itp. Podobnie jak każdy z nas kształtuje w procesie socjalizacji własny, niepowtarzalny styl wypowiedzi werbalnej, będącej efektem relacji rodzinnych, środowiskowych, wykształcenia i znajomości źródeł (pop)kultury, tak w przypadku wypowiedzi cyfrowej, indywidualny styl kształtowany jest w oparciu o te, jak i dodatkowe kryteria. Bez wątpienia człowiek łączy więc autoidentyfikację i tożsamość z niepowtarzalnością w wyrażaniu siebie. Proces ten, przeniesiony na grunt cyfrowy, ma jednak zasadniczo wtórny charakter.

O tym, że styl komunikowania się w internecie może być charakterystyczny, rozpoznawalny i nierozerwalny z konkretną jednostką, badani opowiadali na wielu etapach rozmowy. Uczniowie wskazywali na różnice między własnym sposobem komunikowania się a tym, jak robią to ich rówieśnicy. Rozpoznanie tych różnic nie wymagało od nich dłuższej refleksji. Dla badanych naturalne było to, że każdy ma swój styl, który kształtuje się latami. Stanowi on też element ekspresji, uzewnętrzniania się i kształtowania swojej tożsamości.

Cytat 43.
Wydaje mi się, że w ogóle sposób tego, w jaki się pisze, słowa, jakich się używa i tak dalej to (...) *jest w ramach*

konkretnej konwersacji jakiś taki kod (...). *Jestem w stanie rozpoznać na przykład, kiedy moja przyjaciółka albo kiedy moja dziewczyna jest na mnie zła po tym, w jaki sposób mi odpisuje.* (Wywiad 5, wers: 230).

Cytat 44.
Ja często, odpowiadając na coś, używam emotek i to raczej w sposób sarkastyczny i ironiczny, ale na przykład moja koleżanka nie, (...) *mimo że wszystkie tego używamy, do niej po prostu to nie przeszło, bo ona tak się nie komunikuje* (Wywiad 2, wers: 110).

Trudno natomiast o jasne rozpoznanie, z czego wynika taki, a nie inny styl pisania. Młodzież wskazywała na wpływ środowiska danej jednostki, wychowanie rodzinne (z czego na przykład może wynikać stosowanie wulgaryzmów, bądź nie), nawiązywanie do określonych trendów w *social media* czy przejmowanie nawyków od innych osób, co w realizowanym badaniu wyodrębniliśmy jako osobny mechanizm. Różnorodność stylów komunikowania się w internecie jest na tyle duża i zawiera w sobie tak wiele elementów (m.in.: wykorzystywanie emotikonów, sposób rozpoczynania wypowiedzi, pisanie krótkich lub długich „bloków" tekstu itd.), że trudno pokusić się na tym etapie badania o jakąś nadrzędną systematykę. To tylko dowodzi translokacyjności tego czynnika – w świecie organicznym nasz sposób bycia, mimika, używanie specyficznych wyrażeń itp. stanowi o niepowtarzalności komunikacyjnej danej jednostki. Takiego procesu możemy doszukiwać się również w komunikowaniu zapośredniczonym:

Cytat 45.
Każda osoba, bez względu na to, czy jest religijna, czy chłopak czy dziewczyna (...) *ma jakiś tam swój styl pisania, styl rozpoczynania wiadomości i to od razu, nawet jakby się nie widziało tak naprawdę, kto pisze, ale widziało treść*

wiadomości, to jesteśmy w stanie rozpoznać kto to jest (Wywiad 14, wers: 170).

4. Autocenzura cyfrowa

Podobne zasady funkcjonowania rządzą mechanizmem tak zwanej autocenzury cyfrowej. Nasi respondenci podkreślali bowiem wyjątkowość etapu życia, na którym się znaleźli. Motyw ten często pojawiał się w ich rozmowach z dorosłymi, w szczególności na gruncie przyszłej kariery zawodowej. Młodzież szkolna stosuje więc autocenzurę, zdając sobie sprawę z mechanizmu nieusuwalności śladu cyfrowego wszystkich swoich aktywności *online*. Zdefiniować ją można jako powstrzymywanie się od wyrażania pewnych opinii czy zamieszczania w sieci określonych treści. W szczególności uczniowie podkreślali możliwe konsekwencje, jakie mogą ich spotkać w przyszłości, jeśli dana treść zostanie przez kogoś ponownie wykorzystana. Nie ma bowiem wątpliwości, że zapis cyfrowy komunikacji jest (potencjalnie) nieusuwalny. Jeśli strona komunikacji (w tym pośrednik – administrator komunikatora) uzna zasadność archiwizacji takiej treści, nadawca traci kontrolę nad samym komunikatem.

Jeśli przyjąć, że socjalizacja to proces dostosowania jednostki do norm i zachowań uważanych w danym społeczeństwie za aprobowane i pożądane, to bez wątpienia jednym z najbardziej jaskrawych efektów tego procesu jest kształtowanie jednostki na gruncie języka oraz artykułowania faktów i opinii. Dzieci od najmłodszych lat instruowane są, co wypada, a czego nie wypada mówić. W każdej kulturze tworzony jest więc indywidualny katalog tematów objętych kategorią tabu. Katalog ten zmienia się wraz z wiekiem jednostki, co dodatkowo komplikuje sprawę. Do tego należy dodać niuanse związane z wypowiedziami, do których jesteśmy uprawnieni w konkretnych kontekstach społecznych i wobec różnej kategorii osób. Na to wszystko zaś nakłada się przychylność środowiska, w którym artykułowana jest dana wypowiedź (Hayes, 2007). Całość tych mechanizmów tworzy z kolei makroprocesy znane pod mniej naukowym pojęciem poprawności politycznej czy rozpoznanej na gruncie nauki „spirali milczenia" (Goban-Klas, 1984).

Młodzież zdawała się być świadoma konsekwencji publikowania treści w internecie i nieusuwalności cyfrowego śladu, który zostawiają w mediach społecznościowych. Ponadto, jak wynika z wypowiedzi badanych, dla współczesnych nastolatków wizerunek tworzony w internecie stanowi nierozłączną część ich tożsamości. Na zachowania komunikacyjne młodzieży silnie wpływa też groźba sankcji w postaci bycia napiętnowanym, wyszydzonym bądź obśmianym. Za to o zdobycie popularności, bycie odbieranym jako osoba zabawna, czasem nawet sarkastyczna warto zabiegać:

Cytat 46.
(Śmieszne zdjęcie zamieszczamy) w prywatnej wiadomości. Chyba, że poczujemy, że zdobędziemy „fame" na grupie klasowej, gdzie dostaniemy dużo reakcji, to wtedy wrzucamy to na grupę klasową (Wywiad 8, wers: 58).

Autocenzura cyfrowa jest mechanizmem, który ma za zadanie ten wizerunek utrzymywać w pewnych ramach i jednocześnie gwarantować bezpieczeństwo w korzystaniu z internetu. Zdarza się, że młodzież wstydzi się tego, kogo i co obserwuje w mediach społecznościowych. Nawet jeśli nie są to treści rozumiane jako szkodliwe czy obraźliwe, to często nie mieszczą się w standardzie komunikacyjnym czy guście grupy rówieśniczej. Osoby, z którymi rozmawialiśmy zdawały się mówić: „lepiej nie ryzykować" – z dwojga złego brak zysków wynikających z aktywności komunikacyjnej jest mniej kosztowny niż narażenie się na wpływ negatywnych emocji:

Cytat 47.
Dla mnie bardzo by było niezręczne, gdybym skomentowała coś i jakiś mój znajomy polubiłby ten komentarz (Wywiad 13, wers: 110).

Cytat 48.
Bardzo rzadko piszę w komentarzach, bo te komentarze też są oceniane i to bardzo często (...). *W gronie jakiś rówieśników jest obgadane, na co dana osoba reaguje* (...). *Niektórzy uważają, że na przykład dana osoba chce się podlizać innej osobie,* (...) *że w rzeczywistości uważa inaczej, a pisze, żeby tak* [ta osoba o niej – przyp. aut.] *myślała* (Wywiad 14, wers: 90).

Wszystkie te procesy znajdują swoje odzwierciedlenie *online* nie tylko w przykładach, które opisaliśmy w poprzednim rozdziale, ale także w innych realizowanych badaniach (Sleeper, Balebako, Das, McConahy, Wiese, Cranor, 2013). Uznać je więc należy za translokowane z obszaru schematów komunikacyjnych charakterystycznych dla spotkań „twarzą w twarz", z jednym wszakże zastrzeżeniem. Chodzi mianowicie o możliwość utrwalenia komunikatu, co stanowi silny bodziec kształtujący opisywane tu zachowania. Oczywiście, ktoś mógłby zauważyć, że podobnie działa ludzka pamięć. Fakt, że powiemy coś czego będziemy żałowali, a nasi rozmówcy zapamiętają daną wypowiedź lub, co gorsza, podzielą się nią z innymi, skłania nas do większej ostrożności w dzieleniu się swoimi opiniami. Jednak utrwalenie zapisu w postaci cyfrowego dowodu ma zdecydowanie większą „siłę odstraszania". Ewentualnie za taki czynnik uznać można brak tradycyjnych elementów komunikacji niewerbalnej odbiorcy, co utrudnia interpretację i zniechęca w obliczu niepewności do otwartej dyskusji. Podobne przypadki badano już jednak w środowisku *offline* (Loury, 1994). Tym bardziej warto zauważyć, że nie zmienia to mechanizmu jako takiego, ale stanowi dla niego istotne wzmocnienie – autocenzura w wersji cyfrowej wydaje się silniejszym motywatorem unikania działań komunikacyjnych.

5. Dywersyfikacja narzędzi komunikacji

Zupełnie inaczej wygląda sytuacja w przypadku mechanizmów sklasyfikowanych przez nas jako nietranslokacyjne. „Przewagą" ko-

munikacji *online* nad *offline* jest liczba narzędzi, z których możemy skorzystać w ramach podejmowania dialogu z wykorzystaniem smartfona. Wyróżniamy wiadomości tekstowe (cieszące się największą popularnością wśród badanej młodzieży), głosówki (wiadomości głosowe), komunikaty w formie audio, wideo czy zdjęć, gifów, snapów, tiktoków itd. Z naszych badań wynika, że im bardziej zażyła relacja pomiędzy interlokutorami, tym większa ich skłonność do tego, by wykorzystywać wiele zróżnicowanych form rozmowy *online*. Nazwaliśmy to mechanizmem dywersyfikacji narzędzi komunikacji. Założyliśmy więc, że *im bardziej zażyła relacja między interlokutorami, tym większa skłonność do wykorzystywania szerszego spektrum kodów komunikacyjnych (w tym werbalnych i niewerbalnych)*:

Cytat 49.
[Głosówkę – przyp. aut.] *wysłałabym tym bliższym znajomym, z którymi mam kontakt na co dzień. A z takimi, co czasami – to nie* (Wywiad 16, wers: 71).

Cytat 50.
Nie rozmawiam na kamerce (...) *z osobami, z którymi za bardzo się nie kumpluję* (...)*, tylko raczej z najlepszymi przyjaciółmi* (Wywiad 11, wers: 44).

Cytat 51.
Na Snapchacie z moimi przyjaciółkami sobie wysyłamy snapy takie mówione, gdzie widać naszą twarz. To wszystko jest tak, jakbyśmy rozmawiały. A gdybym robiła takie coś z moją klasą, to myślę, że byłoby to dla mnie w pewien sposób niekomfortowe (Wywiad 13, wers: 6).

Zarejestrowane w innych badaniach zmniejszenie liczby i długości rozmów telefonicznych wśród młodych ludzi (Kamibeppu, Sugiura, 2005), a nawet awersja wobec nich (Rettie, 2007) znalazły potwierdzenie w przeprowadzonych przez nas wywiadach. Badani wskazywali, że osoby do których dzwonią to przede wszystkim członkowie

ich najbliższej rodziny. Według jednej z badanych rozmawianie przez telefon, w porównaniu z komunikacją *online*, jest czynnością bardzo angażującą, z czym trudno się nie zgodzić. Korzystanie z całej palety narzędzi, dzięki którym młodzi ludzie mogą rozmów telefonicznych uniknąć, wydaje się być zatem bardzo atrakcyjne:

Cytat 52.
Głosówki są o tyle komfortowe, że jest to szybsze niż wiadomość tekstowa, ale nie jest tak angażujące dla drugiej osoby jak rozmowa telefoniczna. (...) *Jeżeli jest jakaś ważna sprawa, którą trzeba omówić, ale wiadomo, że ta druga osoba nie będzie mogła* [rozmawiać – przyp. aut.]*, nie ma teraz czasu albo po prostu nie chcemy jej tak bardzo zajmować, no to wtedy wysyłanie głosówki jest spoko* (...)*. I też w głosówce trochę łatwiej ułożyć myśli, tak mi się wydaje* (Wywiad 5, wers: 62).

Cytat 53.
Sądzę, że dla tej drugiej osoby przyjemniej jest słyszeć również mój głos w tych głosówkach, czyli to też (...) *podtrzymuje te więzi, poprawia samopoczucie* (Wywiad 4, wers: 50).

Badani wskazywali, że planując formę komunikatu biorą pod uwagę nie tylko stopień zażyłości ze swoim rozmówcą, ale i charakter wiadomości, którą chcą wysłać. Uczniowie wielokrotnie, co biorąc pod uwagę ich wiek jest dość naturalne, wskazywali na istotę kontekstu emocjonalnego towarzyszącego wiadomościom przekazywanym *online.*

Cytat 54.
Jeżeli ktoś jest, w (...) *sytuacji* (...) *mocno emocjonalnej,* (...) *chce przekazać emocje, to* (...) *rzadziej napisze długą*

wiadomość, gdzie jest mnóstwo wykrzykników (...)*, tylko faktycznie jakąś głosówkę, w której będzie słychać, że jest zdenerwowany* (Wywiad 1, wers: 50).

6. Stymulowanie i symulacja

Analizie poddaliśmy również mechanizmy stymulowania i symulacji. W pierwszym przypadku mówimy o wykorzystywaniu dostępnych środków komunikacji cyfrowej w celu zachęcenia rozmówcy do udzielenia odpowiedzi na komunikat. Symulowanie rozumiemy zaś jako pozorowanie komunikacji w celu uzyskania pożądanego efektu po stronie odbiorcy. Jest to proces ściśle związany z próbą skłonienia osoby po drugiej stronie ekranu do aktywnego włączenia się w rozmowę:

Cytat 55.
Też jest nieraz taka sytuacja, że (…) *my sami zaczynamy coś pisać, ale nawet udając, że piszemy* (...) *klikamy losowe literki, żeby tej drugiej osobie też się pojawiały kropki, żeby myślała, że piszemy i wtedy to jakby bardziej zmusi tą drugą osobę, że: „A, skoro on pisze, to ja też zacznę pisać”* (Wywiad 1, wers: 156).

Założyliśmy, że w tym mechanizmie *niektóre symbole charakterystyczne dla komunikatorów są redefiniowane zyskując nowe znaczenia i funkcje.* Skupiliśmy się w tym przypadku na wielokropku, stanowiącym w licznych komunikatorach powszechnie rozpoznawalny symbol inicjowania i przygotowywania wiadomości, aż do momentu jej ujawnienia odbiorcy. Tymczasem wywiady realizowane z respondentami wskazują na nowe funkcje tego symbolu, jakie zostały wygenerowane

w toku praktyki jego stosowania. Wielokropek w polu tekstowym stał się między innymi narzędziem psychologicznej sztuczki, za pomocą której możemy szybciej osiągnąć swój cel – uzyskać oczekiwaną odpowiedź od rozmówcy. Trudno znaleźć odpowiednik podobnego zachowania w komunikacji „twarzą w twarz". Można rzecz jasna poszukiwać stymulatorów dynamizujących konwersację w postaci zachęt werbalnych, sugestii z wykorzystaniem mimiki czy nawet… siły fizycznej. Czym innym są jednak komunikaty werbalne i niewerbalne w mniej lub bardziej bezpośredni sposób egzekwujące udział drugiej strony w wypowiedzi, a czym innym sugerowanie, iż dokonujemy działania komunikacyjnego, podczas gdy jest ono tylko symulowane. Tworzy to nowy typ rytuału cyfrowego, w którym młodzież chętnie bierze udział wysyłając odbiorcy określone sygnały. Dalszych badań wymaga stwierdzenie, na ile są one uniwersalne i na ile łatwość w ich dekodowaniu faktycznie przyczynia się do zdynamizowania dyskusji.

Do tego, by zachęcić (stymulować) rozmówcę do szybszego zareagowania na nasze wiadomości, badani wykorzystują różne środki. Najpopularniejsze jest „spamowanie", czyli masowe wysyłanie wiadomości (często o takiej samej treści bądź będących jedynie znakiem graficznym czy interpunkcyjnym) w krótkich odstępach czasowych.

Cytat 56.
Ja zawsze [kiedy długo czekam na odpowiedź – przyp. aut.] *wysyłam pytajnik albo kropkę* (...). *Odpowiadam na to, co napisałem i kropkę po prostu wysyłam, żeby przypomnieć, że napisałem.* (...) *Czasami spamuje się takimi znakami zapytania* (Wywiad 15, wers: 100).

Kilka z badanych osób wskazało również, że w ramach zachęcenia rozmówcy do udzielenia odpowiedzi sięgają po inne możliwości skontaktowania się z daną osobą. Uczniowie wymieniali: połączenia telefoniczne, dzwonienie do rodzica czy „zaatakowanie" wiadomościami w wielu aplikacjach.

Cytat 57.
[Nakłaniamy ludzi do tego, by nam odpisali poprzez – przyp. aut.] *zasypanie wiadomościami,* (...) *czyli na przykład wysyłam na Messengerze tiktoka. A na Snapchacie nagrywam vlogi* (Wywiad 3, wers: 205).

7. Utrwalanie

Kolejnym wartym odnotowania procesem jest utrwalanie. Wspominaliśmy już o nim jako o czynniku wspierającym proces cenzurowania własnych wypowiedzi. Tym razem traktujemy go jednak autonomicznie, jako możliwość daną użytkownikowi sieci, która zmienia w sposób diametralny zasady gry komunikacyjnej w rozumieniu interpersonalnym. W sensie technicznym najbardziej emblematycznym przejawem procesu utrwalania jest rzecz jasna *screenshot* – a więc zrzut ekranu pozwalający zapisać fragment konwersacji. Biorąc pod uwagę długą listę zachowań komunikacyjnych, jakie zostały opisane przez respondentów badania, jest to jaskrawy *game changer* (z ang. „przełom") w rozumieniu zasad, którymi kieruje się młodzież konstruując komunikaty *online*.

Możliwość cyfrowego zapisu przebiegu komunikacji nie ma swojego jasnego odpowiednika w komunikacji zapośredniczonej, wyłączając sytuacje niecodzienne i – z punktu widzenia budowania relacji interpersonalnych – wyjątkowe (np. potajemne nagrywanie kogoś). Za taki odpowiednik nie można bowiem uznać ludzkiej pamięci – z natury zawodnej i posiadającej znamiona słabego dowodu. Co innego cyfrowy zapis rozmowy – rzadko bowiem nagrywamy swoich rozmówców, kiedy spotykamy się z nimi twarzą w twarz. Siła utrwalania tkwi więc we wspomnianych teoriach sygnalizacji (Donath, 1999) i koncepcji gwarancji (Walther, Parks, 2002). Przypomnijmy – ta pierwsza zakłada słabość sygnałów konwencjonalnych w stosunku do sygnałów oceny. Chodzi o wszystko to, co w internecie wymaga ciągłej weryfikacji, a tę umożliwia *screenshot* rozsyłany znajomym.

W założeniach drugiej z wymienionych teorii jednostka jest mniej skłonna do zniekształceń w obszarze swojej autoprezentacji, gdy odbiorca ma dostęp do innych członków kręgu społecznego nadawcy. Inni mogą bowiem zaświadczyć o rzeczywistych cechach jednostki i pociągać ją do odpowiedzialności za wprowadzenie w błąd.

Rolę płaszczyzny takich weryfikacji pełni lista kontaktów w komunikatorze, media społecznościowe i przesyłane sobie wzajemnie zapisy konwersacji. Katalog różnych procesów komunikacyjnych, które otrzymały możliwość zaistnienia dzięki masowym zapisom konwersacji interpersonalnej, wydaje się nie mieć końca: nowe formy plotki, kłótnie z wykorzystaniem dowodów, weryfikacja nieprawdziwych informacji, autocenzura, czynniki zaufania i braku ufności w komunikacji, a nawet ograniczanie relacji ze względu na lęk przed ujawnieniem poufnych dialogów. To wciąż jedynie część z licznych, wymienianych przez naszych respondentów czynników, które są przez nich brane pod uwagę, podczas korzystania z komunikatorów.

Uznaliśmy więc, że *możliwość potencjalnego zapisu treści stanowi źródło zachowań dysfunkcyjnych i przyczynę popularności treści efemerycznych wśród przedstawicieli młodzieży szkolnej.* Stąd chociażby atrakcyjność serwisu Snapchat, który nie należy do najpopularniejszych w pozostałych grupach wiekowych, zaś wśród najmłodszych użytkowników sieci wciąż obecny jest na liście najbardziej rozpowszechnionych narzędzi komunikacji codziennego użytku[11]. Snapchat nie tylko zapewnia możliwość przesyłania materiałów efemerycznych, ale też – poprzez stosowne zabezpieczenia – utrudnia wykonywanie zrzutów ekranu. Zapewnia to użytkownikom poczucie bezpieczeństwa – jak ustaliliśmy – stanowiącego kluczowy wyznacznik zachowań komunikacyjnych dla pokolenia Z. Potwierdzają to nasi respondenci:

Cytat 58.
Messenger czy Instagram są uznawane za mniej bezpieczne, bo można screenshota zrobić i nikt o tym nie wie. No

[11] Według danych z 2019 r. liczba osób korzystających ze Snapchata w Polsce i należących jednocześnie do pokolenia *iGen* wynosi 80,5%. Wszystkich użytkowników jest zaś ok 5,5 miliona (*Statista*).

i te screenshoty robimy, nieraz też po to, żeby mieć, jakby to powiedzieć, takie dowody na drugą osobę, taką teczkę jakby, że ktoś gadał jakieś rzeczy, na przykład o kimś (Wywiad 1, wers: 174).

Badani uczniowie, opowiadając nam o utrwalaniu niektórych treści w ramach komunikacji *online*, stawiali siebie zarówno w roli nadawcy, jak i odbiorcy. Pytanie o to, czy badanym zdarza się robić *screenshoty*, pomimo świadomości, jak szkodliwy skutek może mieć ich wykonywanie, niejednokrotnie wprowadzało ich w zakłopotanie. Uczniowie wskazywali, że choć nie chcieliby, żeby ich wypowiedzi ktoś utrwalał, sami często to robią. Jeden z badanych nazwał możliwość wykonywania zrzutów ekranu swoją „tajną bronią na innych". Wykonywanie zrzutów ekranu nie zawsze kojarzy się jednak negatywnie – *screenshot* jest także uznawany za kolejne, naturalne dla świata *online*, narzędzie przydatne w procesie komunikacji:

Cytat 59.
Jeżeli z moją jedną przyjaciółką planowałybyśmy jakiś prezent dla tej drugiej, a ona (...) *zahaczałaby o ten temat, to zrobiłabym screena i wysłałabym go do tej drugiej. To nie jest złe. Ale, gdyby ktoś z kimś pisał i zrobił screena i później wysłał to do drugiej osoby, by się z niej wyśmiewać* (...)*, to raczej w takim kontekście na pewno się na to dobrze nie patrzy* (Wywiad 13, wers: 150).

Wychodzimy z założenia, że możliwość zapisu cyfrowego stanowi dla młodzieży element immanentny powstania nowych zachowań, a może wręcz ich praprzyczynę, co sytuuje utrwalanie jako czynnik nietranslokacyjny.

8. *Ghosting*

Podobnie klasyfikujemy zjawisko *ghostingu*. Unikanie kontaktu i nagłe jego przerwanie, jako forma sankcji, nie znajduje swojego odpowiednika w komunikacji twarzą w twarz. Co więcej, uznaliśmy, że *niewerbalne elementy interpersonalnej komunikacji internetowej są podstawowe i pierwotne w relacji do aktywności komunikacyjnej offline.* Cyfrowe sygnały niewerbalne nierzadko uznawane są bowiem przez młodzież za posiadające moc sprawczą w tym sensie, iż wywołują skutki niemalże uznawane za formalne niczym administracyjne usankcjonowanie stanu faktycznego. Ujmując to bardziej obrazowo – usunięcie osoby z grona znajomych w serwisie Facebook stanowi *de facto* koniec znajomości. Jest zarówno symbolicznym sygnałem dla usuniętego, jak i publiczną deklaracją. Sprowadzając ten mechanizm na grunt komunikacji interpersonalnej – powstrzymywanie się od komunikacji *online* stanowi jasny sygnał o zakończeniu relacji jako takiej; pozwala na mniej lub bardziej dyplomatyczne okazanie braku zainteresowania, zasygnalizowanie psującej się relacji lub wręcz okazanie wrogości. Nasi rozmówcy wskazywali zarówno na te ostatnie przyczyny, jak i bardziej prozaiczne sytuacje:

Cytat 60.
[*Ghostujemy* – przyp. aut.] *często dlatego, że po prostu nie interesuje nas ta osoba albo temat, który był poruszany, albo po prostu mamy coś ważniejszego* (Wywiad 2, wers: 146).

Owszem, zerwanie relacji stanowi powszechną konsekwencję konfliktu, a nieodbierany wielokrotnie telefon jest dobrym dowodem na to, że brak komunikacji także uznać należy za komunikat – jest sygnałem słabnących więzi, afrontu czy urazy. Mówimy jednak o procesie rozłożonym w czasie, a nie o sytuacji komunikacyjnej rozumianej w kategorii mikromomentu. To pojęcie, zapożyczone z obszaru

komunikacji marketingowej, może być bardzo użyteczne także na gruncie interpersonalnym, pozwala bowiem zrozumieć konsekwencje braku natychmiastowej reakcji w potencjalnie synchronicznej wymianie informacji. Mikromoment to bezzwłoczna realizacja potrzeby z wykorzystaniem smartfona, który pozwala w sposób bieżący wykonywać zadania takie jak: *I want to go*, *I want to know*, *I want to do* czy *I want to buy* (z angielskiego: *Chciałbym pójść*, *Chciałbym wiedzieć*, *Chciałbym zrobić*, *Chciałbym kupić*). Chodzi więc o sytuację, w której przebita opona w samochodzie wymaga nagłego rozwiązania zadania, np. poprzez szybkie odnalezienie instrukcji zmiany koła w serwisie YouTube. Tak rozumiany mikromoment w komunikacji interpersonalnej to potrzeba jak najszybszej odpowiedzi w dyskusji. Jeśli przedstawiciele młodzieży szkolnej jej nie otrzymują, zaczynają odczuwać dyskomfort nawet po chwili od wysłania wiadomości. Wynika to z bezpośredniego przenoszenia zasad komunikacji interpersonalnej na grunt *online* i wymaga maksymalnego zbliżenia się do standardów jedności czasu. Proces ten omówiliśmy już w punkcie dotyczącym braku tolerancji wobec asynchroniczności.

Ghosting stanowi elementarne zaprzeczenie i zakłócenie tego procesu. By zrozumieć, co dzieje się w głowie nastolatka, na którym zastosowano ten zabieg, należałoby wyobrazić sobie rozmowę twarzą w twarz, która w sposób nagły i niespodziewany zostaje zakończona „odwróceniem się na pięcie" i oddaleniem jednej ze stron. Takie aspołeczne zachowanie zakończyłoby się zapewne gwałtowną reakcją drugiej strony: nakłanianiem do wyjaśnienia czy wręcz fizyczną próbą skłonienia do wznowienia konwersacji. W komunikacji zapośredniczonej takiej możliwości nie ma – przestrzenna separacja uniemożliwiająca wymuszenie reakcji stanowi nieprzekraczalną barierę między rozmówcami – kontynuacja jakiegokolwiek kontaktu z drugą stroną pozostaje bezskuteczna. Bez istnienia fizycznej bariery sankcja ta byłaby niemożliwa do zastosowania w ramach konwersacyjnego mikromomentu.

Nieodpisywanie na wiadomości młodzież określa również terminem „sagowania", czyli intencjonalnego ignorowania rozmówcy. Bycie ofiarą „sagera" konfunduje, co wydaje się częstym celem osób decydujących się na *ghosting*. Mechanizm ten należy zatem dołączyć do symulowania i stymulowania jako działań, za pomocą których

młodzież może skutecznie wywierać wpływ na osobę po drugiej stronie ekranu smartfona:

Cytat 61.
[Sagowanie – przyp. aut.] – *taka forma kary albo jakiejś nauczki. Przyznam, że czasami też jestem takim sagerem* (...). *Na przykład jak się z kimś pokłócę, posprzeczam, to odczytuję, ale już nie odpisuję. Czasami też to robię w formie żartu, żeby zobaczyć reakcję danej osoby* (...)*, jak się będzie zachowywać. W takiej formie testu* (Wywiad 8, wers: 146).

9. Gry relacyjne

Nietranslokacyjność odnajdziemy także w grach relacyjnych, w tym tej najpopularniejszej, opisanej przez nas funkcji *snappassa* (zbieranie dni). W wypadku tego mechanizmu założyliśmy, że *częstym standardem interpersonalnej komunikacji online jest jej autoteliczność, a więc czynienie jej celem samym w sobie. Wynika to z traktowania przez młodzież rzeczywistości komunikacyjnej jako gry*.

Snappassa (z ang. *snapsteaks)* to funkcja aplikacji Snapchat, która pozwala na zliczanie liczby dni, w trakcie których użytkownicy nieprzerwanie wymieniają ze sobą wiadomości w formie zdjęć, czyli tzw. *snapów*. Ten nierzadko pusty znaczeniowo rytuał to nic innego jak metakomunikacyjny sygnał o wyjątkowości relacji, a może nawet efekt zwykłej grywalizacji, gdzie partner i budowane z nim relacje pozostają czynnikami drugorzędnymi. Najważniejszym elementem zabawy jest bowiem ranking. Bywa on wśród młodzieży wyznacznikiem pewnego prestiżu; czymś, czym warto pochwalić się na forum i co będzie w danej społeczności uważane za osiągnięcie. Jego pierwotnym zadaniem było określenie stopnia zażyłości na tle innych par, ale ostatecznie ta zażyłość może sprowadzać się do przesyłania sobie codziennie grafiki w formie czarnego ekranu, byle podtrzymać passę. To dość osobliwy i trudny do wygenerowania mechanizm, gdy-

by pozbawiony został zaplecza technologicznego – algorytmu, który pozwala taki ranking stworzyć i aktualizować. Jednocześnie nie sposób znaleźć jego odpowiednika w komunikacji niezapośredniczonej. Wymagałoby to bowiem znalezienia takiego procesu, w którym akt komunikacji sprowadzony zostaje do użyteczności samej w sobie, bez jakiegokolwiek elementu znaczeniowego, emocji i więzi. Jego funkcja sprowadzona byłaby wtedy li tylko do odnotowania kolejnego dnia na liście rankingowej, co czyni z niego element jednoznacznie nietranslokacyjny.

Cytat 62.
Rano zawsze do wszystkich znajomych wysyłam snapa, tak po prostu, nie wiem czemu tak robię (Wywiad 15, wers: 20).

Cytat 63.
Szczerze mówiąc, to nie mam pojęcia, jaki jest tego cel [*snappassy* – przyp. aut.]. *Bez tego mogłabym żyć* (...). *Jak się straci te dni, to zaczyna się je od nowa i w sumie nie wiem, dlaczego. Tak się już przyjęło i chyba tak już zostanie* (Wywiad 14, wers: 28).

Cytat 64.
[*Snappassa* – przyp. aut.] *podtrzymuje taką relację, komunikację. Na przykład niektórzy moi znajomi po prostu lubią się chwalić tym, że z kimś utrzymują na przykład 100 dni albo 360 dni, czyli cały rok się komunikują* (Wywiad 4, wers: 172).

Jeden z badanych wskazał, że jego znajomi mają ponad czterysta, a nawet siedemset „dni" w rankingu. Wobec takich danych nasuwa się pytanie o kwestię „higieny cyfrowej" w ramach korzystania ze smartfonów przez młodych ludzi. Wykorzystywanie jednej tylko funkcji (w wymienionym przypadku każdego dnia, przez niemal dwa lata) w sposób stały i ciągły z pewnością wpływa na to, jak młodzież trak-

tuje komunikację *online.* Nieodpisywanie z przyczyn technicznych, np. ze względu na wyłączony telefon lub brak zasięgu, wydaje się mało prawdopodobnym powodem „ciszy" po drugiej stronie ekranu smartfona. Z wypowiedzi badanych wynika, że bardziej intuicyjną przyczyną braku kontaktu ze znajomym czy znajomą jest ograniczenie korzystania z telefonu nałożone przez rodziców tej osoby na przykład w formie tzw. „szlabanu". Innym powodem jest wspomniane wcześniej unikanie udzielania odpowiedzi. Fakt, że nie zawsze odczuwa się ochotę na rozmowę z drugim człowiekiem młodzież traktuje jako coś naturalnego. Jeśli nie ma zainteresowania, nie ma konieczności natychmiastowego wysłania odpowiedzi lub kontynuowania rozmowy. W omawianym przez nas przypadku nie ma to jednak większego znaczenia. Chęć podtrzymania wspólnych „dni" jest silniejsza. Przerwanie passy oznaczałoby zaś utratę pieczołowicie akumulowanego kapitału. Fakt, że rywalizacja ma charakter publiczny, wzmacnia tylko chęć dalszego udziału w wyścigu. *Snappassę* traktować więc można jako kolejny element mierzalności budowanych relacji. Tak jak wartość społeczna danej jednostki oceniana jest przez pryzmat liczby lajków czy serduszek, tak do wyliczenia trwałości relacji wykorzystywana jest liczba wspólnych dni na Snapchacie.

Wpisać to można w szerszy kontekst traktowania mediów społecznościowych jako arbitra społecznej rzeczywistości. Status związku w serwisie Facebook stanowi w zbiorowym wyobrażeniu użytkowników niemal tak oficjalne poświadczenie stanu faktycznego, jak akt małżeństwa. Ten zresztą podpisywany jest przez małżonków, świadków oraz urzędnika i, poza wąskim gronem osób, nikt nie wchodzi w jego posiadanie. Zmianę statusu na Facebooku zobaczą zaś wszyscy znajomi. Snappassa działa podobnie. Słabi to wszak znajomi – jak mógłby pomyśleć przedstawiciel *iGen* – jeśli nie mają motywacji do codziennego wysyłania sobie wiadomości. Świadomość społecznej oceny tego faktu wydaje się równie ważna co wzmocnienie poczucia relacji między samymi zainteresowanymi. Być może istotnym czynnikiem jest tu też potrzeba poczucia akceptacji. Jeden z naszych rozmówców przyznał, że codziennie spędza mnóstwo czasu na wysyłanie czarnego ekranu do dziesiątek swoich znajomych, byle tylko podtrzymać z nimi passę. Odpowiedź tym samym czarnym ekranem, stanowi wymierny dowód na to, że „temu" bądź „tej" po drugiej stro-

nie cały czas zależy. Samo w sobie wydaje się być to dla młodzieży wartościowe w wymiarze społecznym.

10. Interpretacja emotikonów i skrótów w komunikacji

Kwestia interpretacji emotikonów była dla nas szczególnie istotna pod względem badawczym, stanowiła bowiem ważny element oceny tego, czy dla młodzieży szkolnej istnieje coś, co wcześniej nazywane było netykietą. My zaś proponujemy nazywać to *iKanonem* komunikacji internetowej. Przyjęliśmy założenie, że *tylko wobec części szerokiego kanonu zachowań komunikacyjnych panuje zgoda wśród młodzieży, co do interpretacji i zasad ich stosowania.* Działa tu bowiem zbyt wiele mechanizmów, które różnicują takie standardy w obrębie bliskich relacji z drugim człowiekiem czy konkretnych społeczności. W trakcie wywiadów rozmówcy podkreślali wytwarzanie się specyficznych relacji, które pozwalają młodym ludziom (np. w związku) tworzyć swoją własną listę zasad, nieczytelną i nieinterpretowalną dla innych osób (Basil Bernstein nazywał to zjawisko „kodem więzi intymnych", za: Marody, 1987). Inaczej poszczególne symbole interpretują gamerzy i użytkownicy aplikacji randkowych, inaczej bywalcy Instagrama i serwisu Wykop. Młodzież w rozmowach z nami podkreślała też niejednokrotnie zróżnicowania o podłożu statystycznym: inne zasady stosowania i interpretacji kodów będą miały osoby młodsze i starsze, uczęszczające do szkoły w dużym mieście i te dojeżdżające do niej z terenów wiejskich, chłopcy i dziewczyny. Nie oznacza to, że nie istnieje pewien konsensus, albo że młodzież we wspomnianych zróżnicowaniach nie potrafi się odnaleźć i dobrze je zinterpretować. Ludzie młodzi dostrzegają też sprawnie zmieniające się zasady dekodowania i interpretacji: emotikon, który rok temu był modny i wyrażał pozytywne emocje, dziś używany jest już tylko przez *boomerów. iKanon* ulega bowiem dość dynamicznej zmianie.

W kwestii mechanizmu interpretacji emotikonów/emoji sprawa jest o tyle prostsza, że dotyczy elementu kodu, który jest właściwie tożsamy dla komunikacji zapośredniczonej. W tym wypadku mówić wręcz możemy o odwróconym procesie translokacji: to, co było internetowe i mobilne, znalazło swoje miejsce w komunikacji bezpośred-

niej typu *face to face.* Młodzi ludzie mówiący do siebie na szkolnym korytarzu „xd" przetwarzają emotikon na jego zapis fonetyczny i włączają do języka jako element komunikacji bezpośredniej. Ciekawy krąg zatoczyła tu internetowa symbolika – coś co miało graficznie imitować mimikę wróciło do świata *offline* w formie „iksde".

Podobnie jest z internetowymi skrótami, używanymi nawet do wyartykułowania sformułowań, które nie wydają się być długie czy złożone – „czk" zamiast „czekaj", „sb" zamiast „siebie" itp. Skrócone wyrazy również wydają się być zarezerwowane dla komunikacji zapośredniczonej. Nie oznacza to jednak, że internetowe przyzwyczajenia nie wpływają na językowe nawyki *offline*.

Cytat 65.
„Wgl" jest tym, co mi zostało w głowie do tego stopnia, że jak piszę „w ogóle" na jakiejś rozprawce (...)*, to się zastanawiam, czy to się pisze razem czy osobno. Dlatego staram się tego „w ogóle" czasem unikać* (Wywiad 5, wers: 172).

Emotikony wzbogacają komunikat, ale nie są niezbędne do tego, by w internecie komunikować się skutecznie. Część badanych wskazywało na to, że w ich kręgach znajomych odchodzi się od zwyczaju dodawania do wiadomości tekstowej emoji. Przestaje być to potrzebne, a bardzo często wręcz nie pasuje do mody panującej w grupie rówieśniczej. W szczególności dotyczy to młodzieży szkół ponadgimnazjalnych, która rości sobie prawo do wyznaczania standardów i mód w tej kwestii, uznając działania pozostałych grup wiekowych za nieprzystające do owych standardów.

Cytat 66.
Właśnie teraz zauważyłem, że osoby młodsze używają o wiele więcej emotek. Osoby młodsze i starsze [ode mnie – przyp. aut.] (Wywiad 12, wers: 208).

Cytat 67.
Nie użyłbym na pewno dużej liczby emotikonów naraz, tak jak na przykład obserwuję to w komentarzach na Facebooku kobiet bądź mężczyzn, którzy są po trzydziestce, czterdziestce, pięćdziesiątce, tak wzwyż. Według nas, według naszej grupy wiekowej, jest to śmieszne (Wywiad 8, wers: 254).

Prezentując badanym kilka wybranych emotikonów, mieliśmy szansę usłyszeć bardzo skrajne opinie na ich temat. To, co dla jednych wydawało się być przestarzałe, niemodne, dla innych stanowiło naturalny znak, który pozwala lepiej komunikować się *online.* Pomimo tego, że emotikony na pierwszy rzut oka były do siebie podobne (na przykład przedstawiały kilka rodzajów uśmiechniętych twarzy), to każda z nich była przez badanych interpretowana w inny sposób. Niektóre uśmiechy okazały się być uśmiechami złośliwymi, inne przyjacielskimi, a jeszcze inne zarezerwowanymi tylko dla relacji miłosnych. Jedna z uczennic wskazała również, że nawet kolory serduszek dodawanych do wypowiedzi mogą mieć swoje odrębne znaczenie.

Cytat 68.
Buziak [😘 – przyp. aut.] *jest często używany przez młodzież po to, by, argumentując swoją wypowiedź, sprawić, żeby była ona bardziej chamska. Po to właśnie dodaje się tego buziaka* (Wywiad 10, wers: 352).

Okazuje się również, że dekodowanie komunikatów zawierających emoji może nieść za sobą bardzo różne interpretacje, co dla współczesnych nastolatków nie pozostaje obojętne. Jest to więc kolejny aspekt, na który młodzież komunikująca się ze sobą w internecie musi zwracać baczną uwagę, by zostać dobrze zrozumianą i trafnie rozpoznać intencje rozmówcy. Dodanie uśmiechu, serduszka, „buzia-

ka” do wiadomości tekstowej może zmienić jej charakter – z przyjaznej na złośliwą, z pozornie współczującej na ironiczną.

Cytat 69.
[Uśmiechnięta emoji: 🙂 – przyp. aut.] *to jest taka złośliwa emotka, ironiczna. Nigdy nie wiadomo po niej, czy ktoś jest zły, szczęśliwy, ironiczny* (Wywiad 6, wers: 173).

Cytat 70.
[Emoji przedstawiająca odwróconą uśmiechniętą twarz: 🙃 – przyp. aut.] *jest najgorsza! Nie lubię jej strasznie. Kasia często, jak chce mnie zdenerwować, to mi ją wysyła, a ja jej nie lubię, ja się aż boję tej emotki.* (...) *Nie wiem, jak ją interpretować. Jak kiedyś była na mnie zła, to mi ją wysłała i ja sama ją wysyłam, jak jestem zła* (...), *żeby ktoś się zorientował. Często się tak robi* (Wywiad 6, wers: 235).

Tak jak tożsame dla komunikacji zapośredniczonej są emotikony i emoji, tak innymi elementami tożsamymi dla tego środowiska są reakcje graficzne i narzędzia wykorzystujące paletę sygnałów literniczych, głosowych i wizualnych, a także posty, memy, głósówki, gify, tiktoki, snapy itp. I tutaj efekty pierwotnej socjalizacji obejmującej relacje twarzą w twarz na niewiele się zdadzą – bez nauki poprzez praktykę korzystania z tych elementów komunikacji, młodzież nie byłaby w stanie sprawnie poruszać się w gąszczu znaczeń i ich interpretacji. W szczególności, że jest ona wyjątkowo zmienna i dynamiczna.

Cytat 71.
Emotka, która ma wokół siebie serca [🥰 – przyp. aut.] *– jest taka niby miła, ale tak samo, jak tego buziaka, ludzie*

używają ją w końcowych argumentach, żeby to brzmiało bardziej chamsko (Wywiad 12, wers: 181).

Korzystanie z emotikonów to także kolejny obszar, w ramach którego młodzież dostrzega różnice między przedstawicielami różnych pokoleń. Co więcej, jest w stanie te różnice sprawnie wykorzystywać do tego, by w ramach jakiegoś przestarzałego dla nich schematu, stosować go w kategorii żartu:

Cytat 72.
Tego [emotikonu – przyp. aut.] *czasami używam w formie żartu, bo tych emotikonów używają bardziej starsze pokolenia, które niekoniecznie rozumieją to, z jakich emotikonów korzystamy my* (Wywiad 8, wers: 252).

Emotikony pełnią określoną rolę, która jest szersza niż samo wyrażanie swoich emocji towarzyszących tworzeniu komunikatu. Wielokrotnie podczas wywiadów pogłębionych usłyszeliśmy o tym, że każdy użytkownik ma swój określony styl komunikowania się w internecie, który może być uzupełniany poprzez korzystanie (lub niekorzystanie) z emotikonów i emoji. Wspomnieliśmy o tym szerzej opisując ten mechanizm jako jeden z czynników translokacyjnych. Z drugiej strony widzimy, że młodzież tych indywidualnych stylów uczy się wzajemnie od siebie, zaraża nimi i – w zasięgu środowiskowym – wypracowuje pewne standardy. W obliczu tak rozumianych zasad komunikacji należy zapomnieć o konsensusie zwanym dawniej netykietą, w której istniały uniwersalne zasady określające to, co w sensie komunikacyjnym jest akceptowane, a co nieakceptowane.

W obliczu poczucia młodzieży, wyrażanego w przeprowadzanych przez nas wywiadach, a sprowadzającego się do czynienia tychże zasad przedmiotem niewiarygodnych dla nich pogadanek na lekcjach

wychowawczych, być może tak rozumiana netykieta nigdy nie istniała. Jeśli mielibyśmy zaś definiować *iKanon* na podstawie tych rozmów, to sprowadzilibyśmy go bardziej do zasad dotyczących dostosowania się na gruncie komunikacji do standardów panujących w danej grupie, społeczności czy w indywidualnej relacji. Z jednej strony *iKanon* stanowiłby odwrotność tradycyjnie rozumianej netykiety – to świadomość, że uniwersalnych i powszechnych zasad nie ma. Dotyczy to nawet kwestii zachowań, które można by uznać za dysfunkcyjne. Wzajemne obrażanie się w codziennych sytuacjach komunikacyjnych *online* nie stanowi podstawy do pogorszenia się relacji między członkami i członkiniami grup i jest akceptowalne, ale nie wszędzie. Używanie zaś całej znanej nam palety emotikonów jest w pełni dopuszczalne, ale nie wobec wszystkich – należy bowiem uwzględnić, kto w jaki sposób je zinterpretuje. *iKanon* nie jest więc wiedzą na temat tego, na co można sobie pozwolić. To wiedza dotycząca standardów z podziałem na poszczególne grupy i kanały komunikacji. Wydaje się, że jest to wiedza niezwykle unikalna i skomplikowana – a przez to – wymagająca dużego doświadczenia i konieczności jej ciągłego uzupełniania. Jeśli szukać jednej z przyczyn pokoleniowych konfliktów posiadających u swoich źródeł zasady codziennej komunikacji, to należy ją identyfikować właśnie w braku rozumienia tych różnic.

11. Estetyzacja wypowiedzi

Podczas analizy kolejnego mechanizmu przyjęliśmy, że *motywatorem młodzieży szkolnej do tworzenia komunikatów jest tworzenie ich według określonych zasad o charakterze wizualnym*. Co może zaskakiwać, w rozmowach o wysyłanych wiadomościach badani podkreślali, że oprócz ich skuteczności, mają one po prostu dobrze wyglądać. Okazuje się, że aspekt wizualny tworzonej wypowiedzi może być równie ważny (jeśli nie w niektórych sytuacjach ważniejszy!), co sama jej treść. Konstruowanie jej według określonych (przejętych od influencerów lub wypracowanych samodzielnie) zasad stanowi kolejny element indywidualnego stylu, który przedstawicieli młodzieży szkolnej wyróżnia i pozwala rozpoznawać po samych jego cechach charakterystycznych.

Cytat 73.
Najczęściej używam (...) *serduszka białego, bo teraz białe serduszko stało się bardzo popularne. I na przykład wstawię posta na Instagrama i mam jakąś stylówkę delikatną, na przykład beżową, to piszę taki opis (z białym serduszkiem).* (...) *To musi być przede wszystkim spójne* (Wywiad 3, wers: 288).

Cytat 74.
Patrząc na przykład po profilach młodych, to Instagram jest takim miejscem wstawiania zdjęć estetycznych. To niekoniecznie jest, powiedzmy, moje życie prywatne, tylko te zdjęcia muszą być ładne, nawet nie muszę być na nich ja. To są zdjęcia przeze mnie zrobione. Instagram pełni rolę takiej małej galerii zdjęć. (...) *Każdy ma swoją własną galerię* (...) *i każda galeria ma swój charakterystyczny klimat. Te zdjęcia mają określoną, powiedzmy, kompozycję kolorystyczną. One nie są dodane przypadkowo. Czasem nawet wstrzymuję się z dodaniem jakiegoś zdjęcia, żeby je dodać tak, żeby pasowało do reszty.* (...) *To musi być przemyślane. Opis też musi być przemyślany.* (...) *Instagram akurat jest takim miejscem pokazania tego, co w duszy gdzieś tam gra* (Wywiad 9, wersy: 149, 159).

Jeden aspekt to spójność i efektowność wysyłanego w świat komunikatu. Drugi zaś to praktyczny wymiar tworzenia treści według określonych zasad. Uporządkowany i jasny dla rozmówców sposób gromadzenia informacji pozwala sprawniej się po nich poruszać. Młodzież, która spędza większość wolnego czasu w świecie *online* chce się w nim czuć dobrze, komfortowo i bezpiecznie. Nikt w końcu nie lubi gubić się w przestrzeni, w ramach której funkcjonuje, załatwia najważniejsze sprawy czy spotyka się ze znajomymi.

Cytat 75.
Bardzo mi się podoba wersja odpowiadania (...) *w prawo, że można od razu odpowiedzieć danej osobie na wiadomość. Na przykład, gdy się pogubimy w tym, co pisała. Także możemy jej na bieżąco odpisać, żeby ona wiedziała, o co chodzi w tym, do czego ja chcę wyrazić swoje zdanie* (Wywiad 8, wers: 306).

W swojej analizie wielokrotnie staraliśmy się podkreślić, że proces zdobywania wiedzy na temat specyfiki komunikacji zapośredniczonej jest ciągły i wymaga aktualizacji „na bieżąco". Estetyzacja jest więc elementem nietranslokacyjnym w tym sensie, że nie jesteśmy w stanie „nadążyć" za trendami wyznaczającymi poprawność pewnych działań komunikacyjnych bez permanentnej aktualizacji bazy memów, postaci i symboli (pop)kultury internetu, popularnych influencerów czy wiedzy na temat siły oddziaływania serduszka jako reakcji w zderzeniu z mocą „lajka". W skład rzeczonej aktualizacji muszą wchodzić także kwestie estetyczne wypowiedzi. Widać wyraźnie, bazując na przedstawionych cytatach, że źródłem tej wiedzy dla młodzieży szkolnej jest głównie Instagram. Nie ma wątpliwości, że dla pokolenia *iGen* stanowi on wciąż jedno z podstawowych źródeł kształtowania się owych zasad, będąc powoli wypieranym przez aplikację TikTok. Mechanizm ten należy więc uznać za nietranslokacyjny przede wszystkim ze względu na kwestie podporządkowania modom posiadającym swoje źródła w mediach społecznościowych. Samo zjawisko estetyzacji wypowiedzi znane jest bowiem w formatach pozainternetowych w postaci stylizacji (np. poprzez stosowanie podczas wykładu stylu akademickiego czy „kwiecistości" wypowiedzi charakterystycznej dla literatury pięknej). Brak tu jednak wielu elementów, bez których młodzież nie byłaby się w stanie obejść, takich jak: aspekty wizualne (np. kolor) czy ich spójność z warstwą tekstową. Przenoszenie tych zasad z komunikacji „jeden do wielu" (media społecznościowe) do aktywności interpersonalnej w obrębie

komunikatorów uznajemy za jedno z najistotniejszych źródeł badanych przez nas mechanizmów.

12. Influenceryzacja

Podobny mechanizm, choć naszym zdaniem zasługujący na odrębne potraktowanie, nazwaliśmy influenceryzacją. Podczas jego diagnozy i analizy uznaliśmy, że *młodzi ludzie, dbając o zasięg swoich treści, wykorzystują systematyczne działania uznawane do tej pory za domenę profesjonalnego marketingu.* Nie mamy tym samym wątpliwości, że znajomość internetowej kultury popularnej, opartej głównie na aktywności postaci powszechnie znanych w świecie *online*, prowadzi nas do problemu ich naśladownictwa w codziennych nawykach komunikacyjnych ludzi młodych. Nazwaliśmy ten proces influenceryzacją, choć równie dobrze moglibyśmy go nazwać technicyzacją komunikacji interpersonalnej. Tu również mamy do czynienia z nauką poprzez obserwację i naśladownictwo. W tym wypadku chodzi o podpatrywanie profesjonalistów internetowej komunikacji, którzy, zarówno poprzez treść, jak i jej formę, dbają o parametry marketingowe swojej twórczości, na przykład o zasięg lub zaangażowanie innych użytkowników:

Cytat 76.
Patrzę, jak oni [influencerzy – przyp. aut.] *dobierają hashtagi do danej sytuacji, do danego zdjęcia. I tak już sobie potrafię plus-minus wyszukać, których mam używać, których nie. Teraz* (...) *modne są porady dla młodych Instagramerów, influencerów. Obserwuję taką jedną osobę, która daje takie porady,* (...) *jak hashtagi można zrobić, żeby się ogólnie wybić. To wiadomo, że już sobie piszę te hashtagi i zazwyczaj one działają* (Wywiad 3, wers: 248).

Influencerzy (youtuberzy, tiktokerzy, instagramerzy itd.), zastępując postacie wcześniej nazywane autorytetami, stali się źródłem wzorców zachowań, także tych w obszarze komunikacji. Wynika to zapewne z utożsamiania przez młodych ludzi kwestii sukcesu z popularnością – jeśli ktoś jest znany, to znaczy, że dokonał czegoś ważnego. Dlatego też motywacja młodych ludzi do wzorowania się na znanych internetowych postaciach jest tak silna. Ciekawe jest natomiast to, że owe przejmowanie standardów odbywa się nie tylko na gruncie tematycznym, ale także – nazwijmy go – technicznym. Jak pisać? Jakich słów używać? Jakich hashtagów? Co zapewni wyższy poziom skuteczności w komunikacji? Odpowiedzi na te i wiele innych pytań młodzież stara się odnaleźć wzorując się na tych, którzy stanowią w prostej linii ewolucyjnej potomków gwiazd kina czy celebrytów. Proces ten nazwać można *kidfluenceryzacją* (od ang. *kidfluencers* – wpływowe dzieciaki) (Jones, Ngoy, 2021), co sprowadzić można do profesjonalizacji działań komunikacyjnych (także w mikroskali) w bardzo młodym wieku.

Nawyki stosowane w codziennej komunikacji młodych ludzi „skapują więc w dół" i czerpane są ze źródeł charakterystycznych tylko dla środowiska *online*: czy do tej wiadomości pasuje białe serduszko czy czerwone? Jakich hashtagów użyć, aby więcej osób w mojej klasie zobaczyło mój wpis? Zakładamy, że dla licznej grupy starszych użytkowników sieci zabiegi takie wydają się irracjonalne bądź zbędne. Co więcej, dla większości z nich są najprawdopodobniej po prostu niezrozumiałe. Jako działania nietranslokowane osadzone są jednak głęboko w transakcyjnym rozumieniu całej kultury internetu jako sfery niekończącej się konkurencji – o zakup produktu, o uwagę czy o subskrypcję.

13. Komunikacja transakcyjna

W przeciwieństwie do komunikacji bezpośredniej, ta pośrednia – jak sama nazwa wskazuje – wymaga pośrednika, a więc mediów, rozumianych także jako marki, firmy, korporacje technologiczne czy podmioty gospodarcze. Nie tylko dają one możliwość korzystania z narzędzi komunikacyjnych, ale muszą być także rozpatrywane

jako zarabiające na siebie instytucje medialne. To bez wątpienia jeden z „grzechów pierworodnych" omawianego przez nas trybu komunikowania się młodych ludzi. Ekonomizuje on cały proces myślenia i pojmowania kontaktów *online*. Badając to zjawisko uznaliśmy, że *różne elementy ocenne w komunikacji (np. reakcje graficzne) pojmowane są przez młodzież szkolną jako kapitał podlegający wymianie*.

Cytat 77.
Ten post, który polajkuję u kumpla i ten, który [on – przyp. aut.] *polajkuje u mnie, oznacza, że się wymieniliśmy tymi serduszkami. To też trochę umacnia relacje między* [nami – przyp. aut.]. *Taka wymiana można powiedzieć* (Wywiad 4, wersy: 210–212).

Wymiana informacji staje się tym samym wymianą wartości, która w dużej mierze oparta jest o regułę wzajemności (Pulit, Zacłona, 2009). Nie jest to jednak wymiana podobna do tej, którą znamy z relacji bezpośrednich, kiedy odwzajemniamy się informacją za informację, pozytywną reakcją za wyraz sympatii czy sankcją za próbę oszustwa. Rachunek ekonomiczny w wymianie *online* ma charakter zdecydowanie bardziej precyzyjny i dotyczy konkretnych „produktów", takich jak np. reakcje graficzne.

Zareagowanie na należący do kogoś ślad cyfrowy w sieci rozpoczyna zatem pewnego rodzaju transakcję. Czynnik, który wydaje się być w ramach niej istotny to czas przeznaczany na udzielenie komunikatu zwrotnego (w formie reakcji na post, napisania komentarza itd.):

Cytat 78.
Lajk (…) *przeskakujemy. Serduszko jest nieraz odruchowe dla niektórych, ale „trzymaj się" – trzeba się zasta-*

nowić, a w którym to jest miejscu? (...). *Nie klikniemy tego palcem tak losowo* (...)*, więc wtedy jakby zatrzymamy się jeszcze dłużej na danym poście* (Wywiad 1, wers: 164).

Cytat 79.
Nie jest to tylko takie, że ktoś zescrolluje i pojedzie niżej, tylko jednak zatrzyma się przy tym, skomentuje, zostawi lajka i coś po sobie (Wywiad 14, wers: 119).

Podstawowa reakcja, którą na Facebooku jest wysłanie „polubienia" bywa już traktowana jako coś mało znaczącego, jako naturalna odpowiedź na to, co do internetu wrzucają znajomi. Z symbolu sympatii przekształca się w dowód, że coś po prostu przeczytaliśmy, zobaczyliśmy. „Lajk" przestaje być wystarczający, jeśli młodzi ludzie chcą publikującemu przekazać coś więcej. Ale jednocześnie młodzież oczekuje wzajemności – jeśli ja daję serduszka na Instagramie tobie, oczekuję, abyś ty dawał je mnie. Stanowią one bowiem istotny kapitał w budowaniu popularności i dobrego wizerunku w sieci. W ten sposób znajomi wspierają się wzajemnie, umacniają relacje między sobą, tworzą wspólnotę kapitału, mogąc na siebie liczyć. Przypomina to nieco obśmiewane nierzadko związki małżeńskie oparte – z jednej strony – na uczuciu, z drugiej zaś – na wspólnym kredycie, który cementuje związek mocniej, niż przysięga i akt urzędowy. Tym samym w interpretacji reakcji graficznych należy uwzględnić kolejny czynnik, który nazywamy elementem transakcyjnym. Istotnie oddziela on zmonetyzowane znaczenie symboli od tych, które mogą być uznane za pierwotne (lajk oznacza lubienie czegoś, podobnie jak serduszko, kciuk w dół to dezaprobata itd.). Czynnikiem tym jest więc prosty akt wymiany, oznaczający przyjazny gest, ale bardziej w znaczeniu relacyjnym i ekonomicznym między dwoma podmiotami, w mniejszym stopniu zaś odnoszącym się do samej wiadomości czy posta. Konsekwencją tego mechanizmu może być inflacja reakcji graficznych:

Cytat 80.
Teraz lajka daje prawie każda osoba, która natrafia na ten post. A komentarz to raczej takie osoby, które natrafiły i bardziej się skupiły na tym poście (Wywiad 13, wers: 102).

Cytat 81.
Te, które mi się na głównej pokazują, no to tak, lajkuję wszystkie. (...) *Wydaje mi się, że tak się po prostu robi.* (...) *Tak się robi, że jak ktoś wstawia zdjęcie, to się je lajkuje* (Wywiad 15, wers: 112).

Tym samym reakcja graficzna staje się pustym gestem, „odhaczeniem" uwagi, bez elementu istotnego zaangażowania w komunikację. Jej odpowiednikiem w komunikacji politycznej będzie *slacktivism* – markowanie działań, które być może są widoczne dla innych, ale zasadniczo nic z nich nie wynika[12]. Młodzież, reagując na komunikaty, działa podobnie – mechanicznie niejako wykonując swój codzienny obowiązek budowania cyfrowych reakcji w oparciu o wewnętrzny przymus odwzajemnienia się, bądź zaznaczenia swojej obecności.

14. Dywersyfikacja reakcji graficznych

Podobnie jak z formami komunikatu, na które młodzież się decyduje – w przypadku reakcji graficznych wiele zależy od stopnia zażyłości między interlokutorami:

[12] Może być to na przykład nakładka na zdjęcie profilowe w mediach społecznościowych, która sugeruje poparcie dla określonej postawy politycznej. Osoba, która to robi, zasadniczo w żaden zaś sposób nie wprowadza w życie działań, które mogłyby stanowić dowód jej realnego zaangażowania w sprawę (na przykład udział w demonstracjach, pisanie petycji, wpłaty pieniężne na konto popieranej partii czy stowarzyszenia i tym podobne).

Cytat 82.
Myślę, że jest różnica. Na Instagramie są tylko serduszka, ale na Facebooku lajki i różne inne reakcje. (...) *Jak mamy jakiegoś znajomego, to nie zawsze chcemy reagować „superkiem", bo ten „superek" to jest dla mnie osobiście* (...) *dla takich osób bliższych, znajomych, których jednak znam i mam z nimi taki kontakt chociażby na „cześć"* (Wywiad 14, wers: 117).

Odbiór publikowanych treści w internecie, zwłaszcza przez osoby z najbliższego otoczenia, stanowi zatem nieustannie kwestię szczegółowo interpretowaną przez nastolatków. Reakcja osób po drugiej stronie ekranu smartfona dotyka ich osobiście, realnie wpływając na poczucie własnej wartości:

Cytat 83.
Jak ktoś reaguje „heheszkami" na zdjęcie jakiejś osoby, która na przykład nie wierzy w siebie, to ona tym bardziej nie wierzy w siebie i jest jej z tego powodu przykro. Ja osobiście analizuję, kto i jaką emocją tak naprawdę reaguje na moje zdjęcia i (...) *jak ktoś jest mi bliski, to się zastanawiam, czemu on nie zareagował jeszcze, dlaczego nie pozostawił po sobie śladu* (Wywiad 14, wers: 122).

W dobie kruchości emocjonalnej współczesnej młodzieży, symbolicznie wyrażonej we wspominanym pojęciu „pokolenia płatków śniegu" (Sandler, 2019), takie kompulsywne wręcz analizy działań komunikacyjnych, bądź ich zaniechań, wydają się dość oczywistymi reakcjami na częste poszukiwanie atencji i akceptacji. Zdecydowanie ciekawszy

– z punktu widzenia mechanizmu rzeczonej dywersyfikacji – wydaje się zaś jego czysto techniczny charakter. Jak się okazuje, wynika on również z czasu, jaki należy poświęcić na wykonanie określonej czynności związanej z reakcjami graficznymi. Stąd uznaliśmy, że c*zas stanowi istotny kapitał w procesie komunikacji online, a dysponowanie nim ma charakter racjonalny.* Najlepiej problem ten obrazuje poniższy cytat:

Cytat 84.
Może to też ma coś wspólnego z tym, że żeby dać tą inną reakcję, na przykład to serduszko, czy to „wow" czy cokolwiek innego, to musimy jednak się zatrzymać przy tym zdjęciu. Musimy przełączyć to serduszko. To jednak kilka sekund zajmie, ale zajmie. To nie jest czymś odruchowym (Wywiad 9, wers: 227).

Nie ma wątpliwości, że w szeroko pojętej kulturze Zachodu czas stanowi coraz cenniejszy zasób. Powszechne wrażenie „coraz szybciej pędzącego świata", szkolenia z zarządzania czasem własnym, spadek dobrostanu psychicznego wynikający z szybkiego tempa życia – istnieje wiele naukowych dowodów, jak i generalne przekonanie, że czasu mamy coraz mniej. Jak się wydaje, przeświadczenie to nie omija także młodzieży. Rozumieją oni powszechnie znane powiedzenie „czas to pieniądz", nie tylko sprowadzając je do symbolu, ale i do praktyki codziennych działań komunikacyjnych. Także dywersyfikacja reakcji opiera się o ekonomiczny czynnik opłacalności – nawet, jeśli rozwinięcie w serwisie Facebook palety z reakcjami i wybór jednej z nich to dodatkowa sekunda, to jednak posiada ona swoją określoną wartość inwestycyjną w relację z drugim człowiekiem. W tym rozumieniu „lajk" jest działaniem najmniej wartościowym, nie tylko przez swoją symbolikę, ale i przez mniejsze zaangażowanie czasowe w jego udostępnienie. Nie wymaga bowiem dodatkowej czynności i zaangażowania. To kolejny dowód na ekonomizację procesów składających się na codzienną komunikację młodzieży *online*.

Zjawisko to tłumaczyć może rozszerzona o aspekty cyfrowe teoria implikatur konwersacyjnych Paula Grice`a (1957). Zawiera ona tzw. maksymy konwersacyjne, których celem jest dążenie do celowej i skutecznej komunikacji (za: Wilczyńska, Mackiewicz, Krajka, 2019). Jedną z nich jest zaś maksyma ilości, która zakłada, że komunikat powinien zawierać tylko tyle danych, ile to konieczne, co można współcześnie łączyć ze skrótowością komunikacji *online*. Przedkładanie skuteczności nad estetyczny wymiar wypowiedzi sprawia, że wyrazy masowo zastępowane są skrótami[13]. Podobnie jest z wysiłkiem wkładanym w reakcje. Inwestycja – także w rozumieniu czasowym – ma być wystarczająca do podtrzymywania wzajemnych stosunków na odpowiednim, akceptowanym dla interlokutorów poziomie.

O przypisaniu mechanizmów komunikacji transakcyjnej oraz dywersyfikacji reakcji graficznych do świata *online* świadczy też publiczny charakter, do jakiego dochodzi na gruncie wymiany wartości. Młodzież widzi i kontroluje kto lubi czyje posty i kto tę wartość odwzajemnia. Na tej podstawie kreowana jest „cena" poszczególnych zachowań. Na przykład zainteresowanie ze strony jednych osób nie jest równoznaczne z tymi, których popularność jest mniejsza. Tak zawiły mechanizm wymiany wymaga dobrej orientacji i ciągłej aktualizacji w zbiorowej pamięci członków społeczności. Bez wątpienia system ten stanowi element tożsamy dla *social media* i wymaga nauki poprzez działanie, nieznajdujące swojego odpowiednika w środowisku *offline*.

15. Ukrywanie dostępności

Podobny wniosek stawiamy w przypadku kolejnego opisanego przez nas mechanizmu, a więc ukrywania dostępności. Tylko bowiem aplikacja wyposażona w odpowiedniego rodzaju narzędzie daje moż-

[13] Wśród tych, które respondenci wymieniali najczęściej były między innymi: wgl (w ogóle), wsm (w sumie), ofc (z ang. *of course* – oczywiście), nw/nwm (nie wiem), zw (zaraz wracam, lol (z ang. *laughing out loud* – śmiech), IMO (z ang. *in my opinion* – moim zdaniem), T/N (tak/nie), idk (z ang. *I don't know* – nie wiem), wsm (w sumie), RIGCZ (rozum i godność człowieka), OP (twórca posta), subOP (komentujący), btw (z ang. – *by the way* – swoją drogą), czk (czekaj), ct (co tam?), cr (co robisz?).

liwość jednostronnego unikania komunikacji, przy zachowaniu możliwości obserwowania pozostałych członków społeczności. To sytuacja komunikacyjna, którą przyrównać możemy do włączenia trybu niewidzialności stojąc w tłumie – widzimy i słyszymy tylko tych, którzy się na to zdecydowali. Wracając do analogii ekonomicznej, wyszliśmy więc z założenia, że *w obliczu zjawiska permanent log-in (ciągłej obecności w sieci) brak komunikacji stanowi cenny kapitał w budowaniu relacji z otoczeniem online.* Stanem naturalnym stała się ciągła dostępność – a przez to – wystawienie na widoczność. Młodzi ludzie całe życie niejako spędzają w tłumie, co bywa dla nich stanem uciążliwym. Możliwość zniknięcia z niego, chociażby na chwilę, staje się więc wartością samą w sobie. Stan ten możliwy jest dzięki kilku narzędziom aplikacji, o których mówili nasi rozmówcy:

Cytat 85.
Jest taka funkcja na Snapchacie, to się nazywa tryb duszka, czyli po prostu, że mogę ukryć swoją lokalizację i dzięki temu znajomi moi nie wiedzą, gdzie jestem (Wywiad 4, wers: 22).

Zielona kropka przy naszym nazwisku może wydawać się jednoznaczna z komunikatem „jestem gotowy na rozmowę". Możliwość ukrycia swojego statusu aktywności w mediach społecznościowych daje zatem młodzieży szansę na pewne „oszukanie". Młodzi ludzie nadal mogą obserwować innych, ale bez ryzyka, że otrzymają wiadomość wraz z oczekiwaniem, że od razu na nią odpowiedzą. Do takich sytuacji nie dochodzi w świecie organicznym. Można teoretycznie na jakiś czas „schować się" przed obowiązkami, kontaktem z rówieśnikami czy zajęciami w szkole. Wówczas zainteresowani nie są jednak w stanie nadal uczestniczyć w tych wydarzeniach jako bierni obserwatorzy.

W większości komunikatorów użytkownicy w łatwy sposób mogą ukryć to, że są aktywni. Aplikacja Snapchat wskazuje znajomym nie

tylko informację o dostępności – jeśli nie zmienimy ustawień, użytkownikom będzie się wyświetlała także przybliżona lokalizacja. Ideą, która stoi za takim rozwiązaniem jest szansa na przeglądanie historii znajomych na podstawie ich lokalizacji czy pozyskiwanie bieżącej wiedzy na temat ich aktualnego miejsca pobytu. „Tryb ducha" wyłącza opcję zlokalizowania nas na tak zwanej „snap mapie". Dla innych użytkowników wygląda to tak, jakby ktoś wyłączył smartfon – nasze położenie na mapie zostaje „zamrożone" aż do czasu, gdy sami tego nie zmienimy.

Aplikacje, którymi posługują się dzisiejsi nastolatkowie, pozbawione są, znanych na przykład z komunikatorów wewnętrznych dla firm czy niegdyś popularnej platformy Gadu-Gadu, opcjonalnych statusów aktywności, takich jak „Nie przeszkadzać" czy „Zaraz wracam". To w pewien sposób pozbawia zatem współczesnych użytkowników internetu możliwości nawet chwilowej rezygnacji ze stanu gotowości do rozpoczęcia procesu aktywnego komunikowania się. Biorąc pod uwagę specyfikę platform internetowych – jest to celowe. Wydaje się zatem, że między byciem permanentnie *online*, stale gotowym czy gotową do rozmowy a „odłączeniem się" od internetu, nie ma półśrodków. Być może dlatego młodzież sięga po rozwiązania, które zwyczajnie ukryją aktywność przed innymi użytkownikami, pozwalając niejako uwolnić się od symbolicznej zielonej kropki wskazującej na zjawisko *permanent log-in*.

Komunikacja zapośredniczona zawiera w sobie wiele niespisanych nigdzie zasad, które opierają się na pewnego rodzaju zobowiązaniach wobec rozmówców. Sugeruje o tym wspomniany wcześniej brak tolerancji wobec asynchroniczności oraz mechanizm komunikacji transakcyjnej. Mamy poczucie obowiązku, „odwdzięczenia się" lajkiem bądź serduszkiem pod wstawionym przez znajomego zdjęciem. Dla młodzieży naturalnym też jest, że powinna jak najszybciej odpisać czekającemu na to rozmówcy:

Cytat 86.
Pewnie ta druga osoba się domyśli, że nie odczytuję celowo, ale to tak troszkę dla własnego komfortu. Bo wiem, że

> *jak ją odczytam, to jednak będę miała zobowiązanie. Pewne zobowiązanie, żeby na nią odpisać.* (...) *To nieodczytywanie jest takie niezobowiązujące* (Wywiad 9, wers: 191).

Choć mogłoby się wydawać, że nastolatkowie posługujący się komunikatorami „grają w jedną grę", okazuje się, że dość często „naginają" jej zasady dla własnego komfortu czy korzyści. Symulują pisanie wiadomości, by zmusić rozmówcę do odpowiedzi, robią *screenshoty* ze względu na ich potencjalną użyteczność w przyszłości czy ukrywają swoją aktywność, by ograniczać kontakt, na który nie mają ochoty. Z jednej strony panują nad samodzielnym poruszaniem się w świecie komunikacji zapośredniczonej, będąc w tym procesie bardzo świadomymi. Z drugiej strony doświadczają FOMO, frustrują się, gdy ktoś im nie odpisuje, a także bywają ofiarami przemocowych zachowań w internecie. Świadomość funkcjonowania pewnych mechanizmów nie zawsze idzie zatem w parze z wiedzą, jak uchronić się przed ich szkodliwymi konsekwencjami.

***

Wszystko to daje według nas dość jasny obraz tego, z jak fundamentalną zmianą procesów komunikacji interpersonalnej mamy do czynienia, kiedy porównamy ze sobą działania i zabiegi stosowane w trybach *online* i *offline*.

Po pierwsze, dostrzec można wyraźną przewagę mechanizmów nietranslokowanych, co pozwala nam zdefiniować środowisko komunikatorów jako przestrzeń specyficzną i dość autonomiczną w stosunku do pierwotnie rozumianej komunikacji interpersonalnej, stanowiącej efekt spotkania „twarzą w twarz". Z przeprowadzonych przez nas badań wynika, że młodzi ludzie, aby zrozumieć to środowisko, uczą się przez doświadczenie, gdyż nie są w stanie wykorzystać umiejętności zdobytych na wcześniejszym etapie socjalizacji: pierwotnej, medialnej i technologicznej. Dopiero zakładając osobiste konta

w mediach społecznościowych i komunikatorach (według większości regulaminów jest to możliwe od 13. roku życia), stawiają pierwsze kroki, naśladując swoich znajomych i ucząc się na błędach.

Owszem, badania przytaczane także przez nas wskazywać mogą na oswajanie się dzieci z technologiami mobilnymi już od najmłodszych lat. Często odbywa się to w pierwszych latach życia, kiedy film emitowany na kanale YouTube stanowi ekwiwalent starego, poczciwego smoczka. Jest to jednak dość bierna interakcja z urządzeniem – ewentualnie – zdobywanie wiedzy o jego podstawowych funkcjach. Poruszanie się po interfejsie, przesuwanie i powiększanie zdjęć, wznawianie i puszczanie filmów – to czynności, które sprowadzają się do używania smartfona nie jako narzędzia komunikacji z innymi ludźmi, ale kolejnego ekranu odtwarzającego treści. Wyjątkiem mogą być transmisje *video*, pozwalające utrzymywać relację z bliskimi, niezamieszkującymi tego samego gospodarstwa domowego, co w sposób szczególny zostało spopularyzowane w dobie pandemii Covid-19.

Dzieci mogą także uczyć się poprzez naśladownictwo – podpatrując, w jaki sposób z urządzeń mobilnych korzystają dorośli. Istnieje jednak pewien czynnik, który w sposób istotny ten proces utrudnia. Chodzi o intymność relacji człowiek–smartfon, a więc o wykorzystywanie do codziennej komunikacji narzędzia, z którym wchodzimy w interakcję w sposób zindywidualizowany. Jest to czynnik, który dalece uniemożliwia uruchomienie mechanizmu naśladownictwa. Warto zauważyć, że w przypadku mediów tradycyjnych takich jak telewizja, dziecko od najmłodszych lat uczy się postrzegać korzystanie z odbiornika TV jako czynność społeczną. Wykonywana jest ona w relacji z domownikami w sposób otwarty dla pozostałych członków rodziny. Smartfon jest narzędziem zdecydowanie bardziej mobilnym w znaczeniu możliwości szybkiego przeniesienia, ukrycia, bycia z nim „sam na sam". Zadania nie ułatwia także początkowy brak znajomości alfabetu. Biorąc pod uwagę, że podstawą komunikacji interpersonalnej-zapośredniczonej wciąż jest tekst, włączanie dziecka do korzystania z tej formy budowania relacji z innymi jest czynnością dość długotrwałą i wymagającą zaistnienia szczególnych warunków.

Najciekawszym momentem na drodze ku budowaniu umiejętności komunikacyjnych młodzieży jest więc dla nas ten, kiedy następuje przyswajanie nietranslokowanych mechanizmów komunikacyjnych

charakterystycznych dla środowiska internetowych komunikatorów. Z czego one wynikają? Jak scharakteryzować można podstawy ich funkcjonowania?

Analizując poszczególne mechanizmy i wzorce zachowań zauważyliśmy, że u ich podstaw w większości przypadków leży funkcja bądź użyteczność komunikatora – możliwość rozszerzająca bądź zastępująca funkcje komunikacji interpersonalnej w wersji *face to face.* Chcesz obgadać znajomego? Musisz zrobić zrzut ekranu. Pragniesz uzyskać lepsze zasięgi swoich treści? Warto znać specyfikę algorytmów odpowiedzialnych w danej aplikacji za dystrybucję treści. Chcesz obserwować to, co komunikują inni członkowie społeczności, ale sam chcesz pozostać niewidocznym? Spróbuj włączyć „tryb ducha" (pod warunkiem, że w danej aplikacji taka funkcja istnieje). Formy komunikacji interpersonalnej *online* często nie są więc próbą zaadaptowania naszych pierwotnych wzorców zachowań, których uczymy się patrząc ludziom w oczy bez pośrednictwa ekranu. Nie są też próbą dostosowania się do nowych, cyfrowych warunków komunikacji – różnice u podstaw są zbyt duże, aby jedne mechanizmy w sposób bezpośredni przetransferować na grunt komunikacji *online.* Parafrazując okrzepłą sentencję Marshalla McLuhana, m e d i u m n i e t y l k o j e s t p r z e k a z e m – jest nim tym bardziej, im więcej naszych codziennych potrzeb komunikacyjnych zaspokajamy z wykorzystaniem (multi)mediów.

Przypomnijmy, w koncepcji kanadyjskiego badacza mediów, charakter narzędzia komunikacji ma większy wpływ na odbiorcę, niż sama wiadomość będąca przedmiotem przekazu (McLuhan, 2004). Sam autor tworzył swoją teorię, opierając ją o przykłady abstrakcyjne i historyczne, ale nie sposób ich nie odnosić do czasów, w których przyszło mu tworzyć, a więc do ery telewizji. Media zaspokajały więc przede wszystkim potrzeby związane z komunikowaniem masowym, w mniejszym stopniu zaś – interpersonalnym. Wynikało to ze stosunkowo prostej, niezaawansowanej technologii, z wykorzystaniem której mogliśmy odbyć rozmowę telefoniczną czy wysłać tradycyjny list. Dzisiejsze media elektroniczne to media we wspomnianej wersji *multi*, w których trudno jednoznacznie oddzielić funkcje interpersonalne, masowe i pośrednie (typu „jeden do wielu"). Im więcej naszej rzeczywistości komunikacyjnej zależy od technologii, im więcej cza-

su spędzamy w trybie zapośredniczenia i im więcej naszych możliwości w tym obszarze uzależnionych jest od funkcji aplikacji, z których korzystamy, tym bardziej medium staje się przekazem sprawiając, że coraz liczniejsze funkcje medium przekładają się na nasze możliwości. Doskonale wiedzieli o tym badani przez nas przedstawiciele młodzieży, podejmując codzienny trud nadążania za trendami pozwalającymi im nie tyle pozostawać w awangardzie internetowych trendsetterów, ile po prostu normalnie funkcjonować.

Jeszcze nigdy w historii nasze relacje nie były tak bardzo uzależnione od umiejętności technologicznych każdego z nas. Jeszcze nigdy tak dosłownie media nie były przekazem – tworzą przecież skomplikowaną siatkę mechanizmów wymagających ciągłego doskonalenia. Może zatem umiejętność odpowiedniego posługiwania się komunikatorami i technologiami mobilnymi należałoby uznać za wiedzę podstawową i wymagającą personalnego treningu, a być może i pomyślenia o nich w kategoriach edukacyjnych. Czy szkoła jako agenda socjalizacji nie powinna przystosowywać młodzież do życia w społeczeństwie także na gruncie komunikacji mobilnej?

V. Smartfon w rękach młodzieży – teraźniejszość i przyszłość

O czym? W tej części książki odpowiadamy na pytania: Dlaczego smartfon potrafi być przeszkodą w relacjach współczesnej młodzieży z dorosłymi? Co stanowiło ograniczenia w naszych badaniach i jak inni mogą ich uniknąć? Co dorośli mogą zrobić, aby lepiej zrozumieć współczesną młodzież?

Dla kogo? Liczymy, że nauczyciele i opiekunowie współczesnych nastolatków docenią listę rekomendacji, jakie udało nam się sformułować na podstawie badań. Opis ograniczeń może zaś stanowić dla badaczy wartościowy punkt wyjścia do realizacji własnych projektów. Ta sekcja może też zostać potraktowana jako lista wskazówek: co należy uwzględnić, aby takie badania były rzetelne i uzupełniały braki we współczesnej wiedzy na temat komunikacji interpersonalnej *online*.

Przeprowadzone przez nas w latach 2021–2022 wywiady pogłębione z przedstawicielami ostatnich klas szkół podstawowych i uczniami liceów pozwoliły odkryć świat, którego istnienia często nie byliśmy świadomi. Mamy wrażenie, że nie jesteśmy w tym poczuciu osamotnieni. Rodzice i nauczyciele współczesnej młodzieży, będący najczęściej w wieku 40–50 lat, często narzekają na różnice pokoleniowe stanowiące jaskrawe utrudnienie we wzajemnym zrozumieniu swoich codziennych zachowań w obszarze komunikacji. Przeszkadzają w tym także wspomniane przez naszych respondentów bariery. Po pierwsze, smartfon to urządzenie osobistego kontaktu. W porównaniu ze społecznym rytuałem wspólnego oglądania telewizji w domu czy słuchania radia w samochodzie, nasze relacje z tym urządzeniem mają charakter „sam na sam". Po drugie, młodzież ma tendencje do dywersyfikowania wykorzystywanych kanałów i stylu komunikacji w momencie, kiedy kontaktują się poprzez komunikator z nauczycielem czy członkiem rodziny. Stąd, wszelkie formy budowania relacji między przedstawicielami samej młodzieży, wydają się trzydziesto-, czterdziesto- czy pięćdziesięciolatkom co najmniej obce. Dopiero zainteresowanie ze strony rodziców i nauczycieli, chęć poznania tego świata, dowiedzenia się czegoś nowego o swoich dzieciach i podopiecznych może stanowić punkt zwrotny w lepszym ich zrozumieniu i zaakceptowaniu zachowań, które do tej pory interpretowane były przez nich jako niejasne czy wręcz dziwne.

Istnieje jeszcze jedno, trzecie utrudnienie blokujące wzajemny dostęp do wiedzy na temat tego, jak się komunikujemy na co dzień z wykorzystaniem smartfonów. Najłatwiej zdefiniować je jako zażenowanie i lęk przed kompromitacją, na co naraża się rodzic, opiekun czy nauczyciel, który pozostaje w tyle za mechanizmami i zachowaniami stanowiącymi dla młodzieży naturalne środowisko komunikacji. Nie ma bowiem wątpliwości, że dla przedstawicieli pokolenia *iGen* środowisko internetowych komunikatorów i aplikacji społecznościowych jest przestrzenią naturalną i bezpieczną. Uczą się jej w procesie socjalizacji medialnej i technologicznej, ale zdają sobie jednocześnie sprawę, że to ich nawyki stanowią normę i punkt odniesienia dla świata marketingu i internetowych influencerów. Kształtują trendy, sami będąc na nie podatnymi. Są sprawni technologicznie i łatwo się odnajdują w świecie nowinek. Wiele więc można się od nich nauczyć,

co przedstawicielom starszych pokoleń zawsze przychodziło z niemałym trudem. Przekroczenie bariery przyznania się do niewiedzy i potencjalnej kompromitacji nie ułatwia zdobywania wiedzy na temat tego, co dla współczesnej młodzieży jest naturalne, autentyczne i codzienne. Tym bardziej, że nie zawsze z jednakową chęcią młodzież się tą wiedzą dzieli. Odczuliśmy to także my podczas realizowanych wywiadów. Tak jak młodzież licealna była stosunkowo otwarta na dyskusję, a respondenci chętnie dzielili się swoimi doświadczeniami, tak w przypadku uczniów szkół podstawowych mieliśmy niemałe problemy w zdobyciu chociażby podstawowych informacji na temat tego, w jaki sposób wykorzystują stosowane przez siebie na co dzień komunikatory i aplikacje społecznościowe. Widać to wyraźnie w zestawieniu liczby poruszanych tematów w rozmowie przez przedstawicieli szkół podstawowych i ponadpodstawowych, co obrazuje wykres 1 w pierwszym rozdziale tej książki.

Wszystko to sprawia, że wybraną przez nas metodę uznajemy za odpowiednio dobraną do celów, jakie postawiliśmy sobie próbując dowiedzieć się nieco więcej o nawykach młodych ludzi związanych z komunikatorami internetowymi. Wywiady pogłębione pozwoliły na nawiązanie bliskiej relacji z respondentem i zdobycie jego zaufania. Udało się też uzyskać nie tylko deskryptywny opis poszczególnych zachowań, ale także wykorzystać smartfon jako rekwizyt wspierający badacza w procesie obserwacji poszczególnych mechanizmów w czasie rzeczywistym. Pozwoliło to na precyzyjniejszy opis, a także diagnozę przyczyn określonych czynności wykonywanych przez respondentów. To ważne, dla lepszego zrozumienia nie tylko przebiegu, ale i motywacji, którymi kierowali się badani. Ponadto, jako osoby spoza grupy wiekowej naszych młodych rozmówców, nie zawsze byliśmy świadomi istnienia określonych zachowań, którymi charakteryzowały się relacje między przedstawicielami młodzieży szkolnej a urządzeniami, z których korzystali. Wkraczając na smartfonowe *terra incognita* uznaliśmy, że pytania otwarte i próba rozmowy o tym, co stanowi codzienne, ale jednocześnie dość osobiste doświadczenie (a takim jest interpersonalna komunikacja z drugim człowiekiem) lepiej się sprawdzi w realizacji zaplanowanego celu badania. Wywiady odbyły się przy – nierzadko – sporym entuzjazmie ze strony samych badanych. Zorientowawszy się, że nie będzie to kolejna rozmowa

o internetowych zagrożeniach i czasie spędzanym przed komputerem, a o ich codziennych zachowaniach i nawykach, często wyrażali pozytywne zdziwienie, że badacz podchodzi „po ludzku" do przyziemnych, ale istotnych dla nich kwestii.

Należy jednocześnie przyznać, że badania z wykorzystaniem jakościowych metod zbierania i analizy danych mają swoje ograniczenia, które wpłynęły także na możliwość wnioskowania w procedurze z udziałem IDI. Pierwszym z nich są wspomniane różnice w chęci podzielenia się swoimi doświadczeniami przez przedstawicieli szkół podstawowych i ponadpodstawowych. Ci pierwsi zdawali się być w większym stopniu zawstydzeni spotkaniem z dużo starszym od siebie badaczem. Ponadto byli często mało zainteresowani samym tematem, uznając codzienność komunikacji za mało istotną, zbyt prozaiczną lub osobistą, aby informacjami na ten temat dzielić się z obcym sobie człowiekiem. Przy większym poziomie dojrzałości i – tym samym – zrozumienia samej procedury badawczej, w przypadku licealistów ten dylemat odgrywał w rozmowie zdecydowanie mniejszą rolę.

Istotne ograniczenie we wnioskowaniu ze zgromadzonego materiału badawczego stanowiła rzecz jasna także jego niereprezentatywność i brak możliwości odniesienia wyników badań do całości populacji czy polskiej młodzieży jako takiej, nie mówiąc już o trendach pokoleniowych dotyczących szeroko pojętego Zachodu. Tym niemniej przyjęte przez nas kwoty w ramach realizowanej próby badawczej (płeć, rodzaj szkoły, wielkość miasta), pozwoliły na zbadanie zróżnicowanej statystycznie grupy, która – w naszym przekonaniu – dobrze odzwierciedla cechy charakterystyczne polskich nastolatków w wieku ok. 14–18 lat. Zgromadzone przez nas dane posłużą do kontynuowania badań – mamy nadzieję – w formie zarówno jakościowej, jak i ilościowej z próbą badawczą pozwalającą na zdecydowanie więcej w kontekście wnioskowania o zachowaniach i mechanizmach komunikacyjnych współczesnej młodzieży z pokolenia *iGen.*

Pewnym ograniczeniem były także zmienne okoliczności badania, zarówno w aspekcie trybu realizacji procedury badawczej, jak i zmieniającej się struktury narodowościowej w polskiej szkole. Pamiętać należy, że szkołę, jak wszystkie instytucje, dotykają bieżące problemy polityczne, ekonomiczne, społeczne i zdrowotne w różnych kontek-

stach ich definiowania i rozumienia. Tak było i w przypadku realizowanego przez nas badania. Po pierwsze, część wywiadów byliśmy zmuszeni prowadzić z wykorzystaniem narzędzi pracy na odległość (MS Teams). Spadek jakości rozmów odbywanych z młodzieżą w tym trybie był widoczny. Rozmowy zdalne okazały się krótsze, podobnie jak odpowiedzi respondentów na poszczególne pytania. Młodzi ludzie niechętnie uruchamiali kamery, ewidentnie chcieli się w jakiś sposób ukryć za ekranem dzielącym ich od badacza. Mogłoby się wydawać, że bezpieczne środowisko domowe, w którym odbywali rozmowy powinno skłaniać ich do większej otwartości i szczerości udzielanych odpowiedzi. Okazało się jednak, że fizyczna bariera urządzenia elektronicznego zwiększała dystans. Samo w sobie jest to skądinąd ciekawe w kontekście realizowanego przez nas badania, w którym respondenci niejednokrotnie podkreślali wagę formatów *video* w budowaniu relacji ze swoimi rówieśnikami (np. poprzez wysyłanie tiktoków, snapów itp.). Okazuje się jednak, że w przypadku sytuacji formalnych i asymetrycznych pod względem wieku i funkcji pełnionej w rozmowie, kontakty zdalne stanowiły istotną barierę. Spodziewając się wystąpienia tego efektu i znając go z sali wykładowej na studiach wyższych (zarówno z perspektywy studenta, jak i wykładowcy), staraliśmy się za wszelką cenę go uniknąć. Niestety, pogarszająca się sytuacja pandemiczna w 2021 roku w połączeniu z harmonogramem badania spowodowały konieczność pójścia na proceduralne ustępstwa. Jeśli inni badacze mogą tego uniknąć, to rekomendujemy dla tej grupy wiekowej prowadzenie wywiadów indywidualnych w formie stacjonarnej.

Innym kontekstem wpływającym na wyniki prowadzonego przez nas badania był ten społeczno-polityczny związany z napaścią Rosji na Ukrainę, co miało miejsce w trakcie realizowanych przez nas wywiadów. W sposób diametralny zakłóciła ona funkcjonowanie szkoły i uczyniła z niej środowisko – w większym stopniu – interkulturowe. Kilka osób pochodzenia ukraińskiego, w szczególności w dużych miastach, to sytuacja powszechna niemal w każdej klasie. Nie mogło to pozostać bez wpływu na strukturę korzystania z mediów społecznościowych i komunikatorów, co uzależnione jest także od czynników kulturowych (Jakubowski, 2018). Dotyczy to, po pierwsze, wyboru narzędzi komunikacji np. w zakresie stosowanego najczęściej

komunikatora. W przypadku Polski jest to Messenger, podczas gdy w wielu krajach Europy Zachodniej jest to WhatsApp. Natomiast na Ukrainie najpopularniejszym komunikatorem jest Viber. Nie sposób też nie docenić roli serwisu Telegram na wschodzie Europy (Khaund, Hussain, Shaik, Agarwal, 2021). Nawiązywane relacje między przedstawicielami polskich i ukraińskich nastolatków, a także pojawienie się nowych urządzeń i aplikacji sprawia, że czynniki te należałoby wziąć pod uwagę w realizowanych badaniach. Na kolejnym z planowanych etapów na pewno je uwzględnimy, co rekomendujemy także innym badaczom, w szczególności w dobie dynamicznych przemian społecznych w Polsce. W zachodniej literaturze na czynnik kulturowy zwraca się bowiem uwagę od dawna (Warner, 2017, s. 47–48), podczas gdy w stosunkowo jednolitym etnicznie i narodowościowo polskim społeczeństwie bywa on pomijany. Biorąc pod uwagę dynamicznie zmieniające się realia społeczne, warto ten element uwzględniać w badaniach.

Mimo wielu zastrzeżeń i ograniczeń, udało nam się sformułować liczne wnioski opisane w poprzednich rozdziałach niniejszej publikacji. Oprócz wartości naukowej i przyrostu wiedzy na temat zachowań i mechanizmów nimi rządzących w odniesieniu do polskiej młodzieży, stawiamy sobie za cel także stworzenie na ich podstawie kilku rekomendacji, które mogą posłużyć dorosłym do lepszego zrozumienia tego, co dzieje się z ich dziećmi i podopiecznymi, kiedy „całe dnie spędzają na gapieniu się w ekran smartfona". Zdanie to, wycięte rzecz jasna z kontekstu dziesiątek rozmów, które wielokrotnie słyszeliśmy wśród przedstawicieli naszego i wcześniejszych pokoleń, jest dla nas wyznacznikiem tego, w jaki sposób nie myśleć o młodych ludziach i towarzyszącej im komunikacyjnej codzienności. Ich rzekome uzależnienie czy niezdrowy nawyk to bowiem nic innego jak n o r m a l n o ś ć czy – co gorsza – k o n i e c z n o ś ć, wynikająca z potrzeby budowania relacji z rówieśnikami czy kształtowania pozycji w społecznej hierarchii. A może wręcz p r a w o – coraz więcej dokumentów rangi międzynarodowej podkreśla bowiem, iż dostęp do usług cyfrowych nie jest jedynie przywilejem dzieci (Tobin, 2021). Mają do nich prawo – w szczególności jeśli chodzi o kwestie związane z edukacją. Odwołując się ponownie do wyników naszych badań i próbując przekuć je w dyrektywy działania uważamy, że:

1. Należy wprowadzić do programów nauczania systematyczną wiedzę na temat realiów funkcjonowania zapośredniczonej komunikacji interpersonalnej

Wydaje się, że, biorąc pod uwagę czas spędzany każdego dnia przez młodzież w internecie, wciąż zbyt mało uwagi poświęca się umiejscowieniu wiedzy na temat komunikacji internetowej w systemie edukacji. Niemal połowa życia młodego człowieka to funkcjonowanie *online* (codzienna aktywność pomniejszona o czas przeznaczony na sen). Dziwi więc, że przynajmniej połowa instytucjonalnie sankcjonowanego czasu nauczania nie jest poświęcona właśnie na prawidłowe rozumienie i bezpieczne korzystanie z sieci jako naturalnego środowiska funkcjonowania młodego człowieka. Nie jest tej tematyce poświęcony żaden konkretny przedmiot szkolny, choć jego elementy pojawiają się na informatyce, języku polskim czy lekcjach wychowawczych. Trudno powiedzieć, na ile takie rozwiązanie byłoby funkcjonalne, biorąc pod uwagę fakt, że sama młodzież jest do niego sceptycznie nastawiona uważając, że będzie to kolejny, nudny przedmiot prowadzony przez osoby niekoniecznie do tego odpowiednio przygotowane. Nie ma jednak wątpliwości, że, bez względu na przyjęty wariant wprowadzenia tego tematu do szkół, jest to wiedza niezbędna w prawidłowym poruszaniu się i rozumieniu współczesnego świata.

W ostatnich latach widać pewne pozytywne trendy i dostrzeżenie tej kwestii przez decydentów mających wpływ na programy nauczania w tematach takich jak bezpieczeństwo w sieci, *fake news* czy hejt. Od wielu lat przynajmniej jeden punkt wydawanych rokrocznie przez Ministerstwo Edukacji i Nauki podstawowych kierunków realizacji polityki oświatowej państwa dotyczy podobnych problemów. Wciąż daleko nam jednak do nowoczesnego myślenia o edukacji, gdzie nacisk kładziony jest przede wszystkim na kompetencje cyfrowe przydatne w codziennym życiu.

Niewiele się w szkole mówi o kwestiach codziennych, prozaicznych, ale jednocześnie mających zasadniczy wpływ na dobrostan młodzieży. To właśnie powszedniość i prawidłowe funkcjonowanie na co dzień w sferze komunikacji *online* kształtuje bowiem poczucie społecznego komfortu. Nasze badania wykazały, że nie zawsze w okresie socjalizacji pierwotnej istnieje możliwość przekazania kompetencji

komunikacyjnych. Te procentowałyby w postaci zdrowych mechanizmów w zakresie korzystania z komunikatorów czy – szerzej – z internetu na gruncie relacji interpersonalnych. Jeżeli więc zasady tego typu komunikowania wymagają nauki poprzez działanie, warto mieć nad nią kontrolę i zadbać o zniwelowanie jej negatywnych przejawów i skutków. Nie chodzi bynajmniej o instruktaż dotyczący używania w tworzonych tekstach wielkich i małych liter. Zdecydowanie bardziej efektownym zaś wydaje się zwracanie uwagi i uświadamianie funkcjonowania mechanizmów, które młodzież zapewne zna, ale stosuje je w sposób instynktowny. Sama zaś wiedza na temat ich istnienia może się przyczynić do ich bardziej intencjonalnego wykorzystywania w relacji z drugim człowiekiem. Efekt ten jest nam dobrze znany z praktyki aktywności dydaktycznej, na którą spoglądamy zarówno z perspektywy studenckiej, jak i doświadczenia wykładowcy. Rozmowa o komunikacji werbalnej i niewerbalnej może sprowadzać się do banałów dotyczących intonacji, gestów czy, będącej wstępem do wielu szkoleń, proporcji Alberta Mehrabiana i Susan Ferries (1967)[14]. Gdy jednak uświadomi się kursantom, że komunikacja interpersonalna może mieć wiele „ukrytych wymiarów", nierzadko słyszymy komentarze zaczynające się od słów „nie zdawałam/nie zdawałem sobie z tego sprawy". Istotnie, na co dzień wielu z nas zwraca uwagę na to, co mówi i jak mówi. Zdecydowanie rzadziej skupiamy się np. na komunikatach proksemicznych – dopiero ćwiczenia polegające na skracaniu dystansu fizycznego między uczestnikami zajęć uświadamiają im, że człowiek komunikuje się także poprzez odległości między rozmówcami, a cały proces ma wymiar kulturowy.

Zakładamy, że podobne „nieuświadomione odkrycia" mogą towarzyszyć młodym ludziom uczestniczącym w kursach komunikacji interpersonalnej z wykorzystaniem urządzeń elektronicznych. Nie chodzi bowiem o to, aby młodych ludzi czegoś „nauczyć" w rozumieniu umiejętności zwanych na rynku szkoleniowym „twardymi". Chodzi

[14] Chodzi tu o słynną zasadę „7-38-55", według której procentowy udział potencjału poszczególnych elementów składowych wypowiedzi kształtuje się następująco: treść to 7%, brzmienie głosu to 38%, komunikacja niewerbalna zaś to 55%. To uproszczenie często powielane podczas szkoleń i warsztatów z obszaru komunikacji interpersonalnej. W rzeczywistości wyniki badania, na podstawie którego sformułowana została zasada, są mniej jednoznaczne.

natomiast o zdanie sobie sprawy, że wiele wykonywanych przez nas codziennych czynności ma swoje określone konsekwencje; że wiele takich działań podlega ciągłej interpretacji, na co aktorzy komunikacji mają niewielki wpływ; że uświadomiona w ten sposób komunikacja interpersonalna potrafi być bardziej efektywna, skuteczniejsza i przynosząca więcej satysfakcji wszystkim stronom rozmowy prowadzonej z wykorzystaniem komunikatora. To z kolei może doprowadzić do polepszenia dobrostanu psychicznego przedstawicieli generacji *iGen*, co w przypadku pokolenia charakteryzującego się problemami w tym zakresie, byłoby niewielkim, ale istotnym krokiem zmierzającym ku komfortowi komunikacyjnemu „Zetek".

2. Warto przełamywać opory dotyczące własnej niewiedzy i uczyć się od młodzieży zasad zapośredniczonej komunikacji interpersonalnej

Współczesna młodzież z pokolenia *iGen* rości sobie prawo do wyznaczania standardów komunikacji interpersonalnej, do których reszta członków internetowego społeczeństwa ma się dostosować. Bez wątpienia są wspierani w tym procesie przez branżę marketingową. Permanentnie poszukuje ona tego, co modne, co na czasie, co ma walor świeżości i witalności dynamicznych nastolatków i niewiele od nich starszych adolescentów. Jeśli więc komercyjna machina internetu wspiera przeświadczenie użytkowników sieci, że to oni są właścicielami komunikacyjnego „wzorca z Sevres", to mechanizm samospełniającej się przepowiedni ugruntowuje to przekonanie na poziomie wzorców zachowań każdego z nas. Z jednej strony, jest to przekonanie mylne, gdyż wspomniany wzorzec rzecz jasna nie istnieje, a zasady nie są skodyfikowane – każdy ma prawo do własnego stylu i formy wypowiedzi nieprzekraczających granic prawa i współżycia społecznego. Nie sposób jednocześnie nie dostrzec, że grupa, która jest statystycznie najliczniejszą nadaje ton komunikacji *online*, jeśli chodzi o język, styl, dynamikę i formy kontaktu. Nie należy jednak obrażać się na rzeczywistość nierówno traktującą różne grupy wiekowe. Prawdą jest, że nie daje ona wszystkim równych szans w tworzeniu zasad dotyczących konstruowania komunikatów interpersonalnych w sieci. Warto natomiast te wzorce i mechanizmy po-

znawać. Co więcej, warto zapewne poznawać też różnice dostrzegane w tej materii między młodzieżą, dorosłymi i seniorami. Nie chodzi bynajmniej o to, aby wszystkie konstruowane przez młodzież zasady stosować w praktyce i dostosowywać się do wspomnianego wzorca. Co więcej, często takie przejmowanie schematów zachowań odbywa się z niekorzyścią dla relacji na linii *iGen* – starsze pokolenia. „Zetki" uważają bowiem z jednej strony, że wzorzec należy do nich, z drugiej zaś – nierzadko bronią do niego dostępu z przeświadczeniem, że tylko oni mają prawo do posługiwania się wypracowanymi przez siebie formułami uznanymi przez nich samych za uniwersalne. Zaś w komunikacji starszych pokoleń stają się one *boomerskie*. Tak jak z politowaniem spotyka się strój czy fryzura „niepasująca do wieku" ich posiadacza, tak samo funkcjonuje język internetu, który, będąc w użyciu przedstawiciela pokolenia X czy Y, nie spotyka się z aprobatą jego twórców. Pod tym względem pokolenie *iGen* potrafi być skądinąd dalekie od składanych przez siebie deklaracji tolerancji i akceptacji wobec czynników takich jak wyznanie, orientacja seksualna, ale przecież także i wiek.

Tym niemniej warto – podobnie jak młodzież – budować w przedstawicielach starszych pokoleń świadomość istnienia zasad i mechanizmów komunikacji interpersonalnej realizowanej z wykorzystaniem urządzeń mobilnych. Po pierwsze, także tu istotne są „nieuświadomione odkrycia ukrytego wymiaru". Obcujący na co dzień z młodzieżą rodzice czy nauczyciele, nierzadko są dobrze obeznani z przytaczanymi i analizowanymi przez nas w tej książce mechanizmami. Jeśli więc nie wiedza *per se*, to jej uporządkowanie i uświadomienie pewnych zachowań pozostają tu kluczowe, podobnie jak dzieje się w przypadku samej młodzieży. Jeśli zaś dorośli tejże wiedzy nie posiadają, powinni ją zgłębić, chociażby dla lepszego zrozumienia przedstawicieli kroczących za nimi pokoleń. Zrozumienie to skutkuje niemal zawsze pozytywnymi efektami na płaszczyźnie budowania relacji międzypokoleniowych. Jego rezultatem są też ograniczenia szumów komunikacyjnych i większe prawdopodobieństwo zdobycia zaufania młodych ludzi, co pozostaje ważne z perspektywy wypłycania luk pokoleniowych. Nie zawsze jest to proste, w szczególności z perspektywy dorosłych, rzadko skorych do przyznania się do niewiedzy i czujących skrępowanie przy doskonałych

kompetencjach komunikacyjnych i technologicznych współczesnej młodzieży szkolnej. Przełamanie tych barier stanowi jednak klucz do uruchomienia wielu korzystnych zjawisk i wsparcia w budowaniu dobrych relacji. Wyjściem awaryjnym może zaś okazać się lektura aktualnych badań w opisywanej przez nas tematyce czy kursy tworzone na ich podstawie.

3. Powinno się uświadamiać młodych ludzi, że istnieją mechanizmy komunikacyjne, które w podobny sposób działają zarówno *online*, jak i *offline*. Należy jednocześnie wskazywać różnice między nimi

W wielu wypowiedziach młodych ludzi dominowało przekonanie, że komunikacja interpersonalna ma charakter spójny, zintegrowany i należy na nią patrzeć całościowo, nie tworząc sztucznych podziałów na świat *online* i *offline*. Wiedzieliśmy to już od dawna: zwrot przestrzenny (ang. *spatial turn*) w naukach humanistycznych skłania badaczy do traktowania przestrzeni jako kwestii umownej, co ugruntowane zostało poprzez pojawienie się internetowej przestrzeni wirtualnej. To co jeszcze w latach 90. XX wieku Sherry Turkle nazwała *real life bias* (2011), dziś należałoby traktować jako postawienie znaku równości między przestrzenią organiczną a światem komunikacji *online.* Znajduje to odzwierciedlenie także w internetowej nomenklaturze, gdzie słowa takie jak *cyberspace*, *homepage*, *chatroom*, *email adress*, *website*, *navigating*, *URL* itp. niemalże dosłownie odnoszą się do tradycyjnie rozumianej przestrzeni (Warner, 2017). To też dość typowa postawa dla pokolenia *iGen*. Ktoś, kto od urodzenia funkcjonuje w rzeczywistości powszechnego dostępu do internetu, technologię tę traktuje jako w pełni zintegrowaną z innymi płaszczyznami komunikacji międzyludzkiej. Stąd też rozumienie zasad i mechanizmów komunikacji interpersonalnej ma charakter ujednolicony i holistyczny – jeśli *online* jest naturalnym continuum *offline*, to przekroczenie granic dwóch światów (zakładając, że w zbiorowej świadomości tego pokolenia istnieją), staje się niezauważalne. Zarówno jednak teorie, na których opieraliśmy swoje badania, jak i same jego wyniki wskazują, że te różnice istnieją. Czasami są bardziej, innym razem zaś – mniej jaskrawe. Może więc, jak pisała Annette

Markham, internet należałoby traktować nie tylko jako miejsce, ale i narzędzie czy wręcz specyficzny styl życia (1998).

Tymczasem pojawia się coraz więcej dowodów naukowych wskazujących na to, że różne sytuacje mające swoje źródło w internecie mogą być zarzewiem konfliktów i przyczyną pogorszenia się dobrostanu psychicznego młodzieży (Sadowska, 2021; Szredzińska, Włodarczyk, 2021). Należy zakładać, że część z nich może być wynikiem braku umiejętności i doświadczenia w obszarze zapośredniczonej komunikacji interpersonalnej. Owszem, wypada z drugiej strony uznać, że to właśnie pokolenie Z jest tym, które nie tylko jest najbardziej biegłe w tego typu komunikacji, ale wręcz tworzy jej standardy. Sami młodzi ludzie, zapytani o chęć uczestniczenia w kursie poświęconym tej tematyce, powiedzieliby pewnie, że spędzają z komunikatorami i mediami społecznościowymi tyle czasu, że mogą się nazwać ekspertami w tej dziedzinie i mogliby uczyć innych, jak z internetu korzystać. Mieliby skądinąd w tym przeświadczeniu dużo racji. Gdyby przyjąć jednak ten tok myślenia, wszelkie kursy oparte o umiejętności miękkie i dotyczące ludzkiej codzienności – zarządzania czasem, komunikacji interkulturowej czy radzenia sobie ze stresem – byłyby zbędne. Warto pamiętać, że osobiste doświadczenie, kształtowane w sposób indywidualny nawyki, obserwacja rówieśników czy działania intuicyjne nie zawsze są najlepszym źródłem budowania kompetencji młodego człowieka. Komunikacja interpersonalna z wykorzystaniem urządzeń mobilnych niczym się od wymienionych powyżej umiejętności nie różni. Stąd konieczność uświadamiania, wskazywania pozytywnych i negatywnych przykładów czy skierowania uwagi na wady oraz zalety określonych mechanizmów i zachowań.

4. W celu zniwelowania negatywnych skutków różnic pokoleniowych, należy aktywnie korzystać z aplikacji, które są ważnym punktem odniesienia dla pokolenia *iGen*

Wyniki naszych badań dają nam podstawę do twierdzenia, że wraz z rozwojem technologicznym medium coraz bardziej staje się przekazem. Od poznania jego specyfiki zależy więc lepsze zrozumienie meandrów współczesnej komunikacji mobilnej i użytkowników smartfonów. To w nich bowiem należy upatrywać wielu opisanych

przez nas mechanizmów, które zmieniają sposób komunikowania się młodzieży. Nie chodzi bynajmniej o stosowanie nieprzydatnych nam na co dzień aplikacji, podobnie jak nieobligatoryjne jest aktywne wykorzystywanie zasad komunikacji opisanych przez nas w części badawczej. Zrozumienie tego świata musi jednak być poprzedzone immersją. W przeciwnym wypadku trudno o zdobycie zaufania lub uzyskanie takiego stopnia wiarygodności, który pozwoli na uczciwą rozmowę z młodzieżą o problemach, które jej dotyczą.

Taka postawa pozwala na przełamanie procesu gettoizacji pokoleniowej mediów społecznościowych. Zjawisko to polega na skupianiu się przedstawicieli poszczególnych grup wiekowych w ramach portali społecznościowych, których celem nigdy nie było integrowanie osób z konkretnych generacji. Zależność ta jednak była i jest charakterystyczna nie tylko dla społeczeństwa polskiego. Seniorzy – oprócz dominującego w tej grupie wiekowej Facebooka chętnie korzystali z serwisu Nk.pl (przynajmniej, dopóki istniał) (Chodacz, 2019). Dla pokolenia X istotnym serwisem jest na przykład Pinterest (w szczególności dla kobiet). „Igreki" spędzają czas głównie w Instagramie i na Facebooku, nieco pogardliwie nazywanym przez najmłodszych użytkowników „medium społecznościowym dla mamusiek" (z ang. *mum social media thing*; zob. Pangrazio, Selwyn, 2021). Dla *iGen* najważniejszy w ostatnich latach stał się TikTok. Podobnie jest z komunikatorami, co potwierdziły także realizowane przez nas badania. WhatsApp kojarzony jest ze starszymi użytkownikami, Messenger stanowi dość uniwersalny kanał komunikacji, podczas gdy najmłodsi coraz częściej korzystają z serwisu Discord. Skutkuje to nie tylko separacją pokoleniową w znaczeniu społecznym, ale i brakiem znajomości form komunikacji i języka, który jest charakterystyczny dla poszczególnych „miejsc" gromadzenia się młodych ludzi. Warto więc w te miejsca zapuszczać się i eksplorować je bez uprzedzeń charakterystycznych dla zmian pokoleniowych na gruncie muzyki, mody czy filmu.

5. Trzeba zaakceptować zmiany, które niosą ze sobą nowe mechanizmy komunikowania *online*. Należy dbać jednocześnie o uświadamianie istnienia innych form, nie dzieląc ich na lepsze i gorsze narzędzia komunikacji

Nie ma wątpliwości, że nowe formy komunikacji *online* przełamują bariery. Bywają one nieznośne dla wielu użytkowników sieci, których nie można zaliczyć do grupy internetowych autochtonów. Rezygnacja z interpunkcji, silne zintegrowanie słowa z elementami grafiki, obecność symboli i postaci ważnych i rozpoznawalnych dla społeczności internetu, skrótowość, zangielszczenie, estetyzacja… długo można by wymieniać trendy, które silnie oddziałują na język, także ten używany na co dzień poza siecią. Należy jednak mieć na uwadze, że proces ten jest naturalny i charakterystyczny dla mediów jako takich. Na każdym etapie swojego rozwoju wpływały one bowiem na zasady i mechanizmy komunikowania się, także w aspekcie interpersonalnym. Mówienie reklamowymi sloganami przenikającymi do mowy potocznej to tylko jeden z wielu przykładów tego zjawiska. Jeśli bowiem jedną z podstawowych funkcji mediów jest przekazywanie informacji, to wraz z nią nie sposób nie rozpowszechniać też form, które stanowią integralny element danych krążących w systemie przekazywania treści.

Bunt przeciwko zmianom prowadzącym do nieodwracalnych korekt w ludzkich zachowaniach jest naturalnym i odwiecznym efektem zderzenia „starego" z „nowym". Poczucie bezpieczeństwa przedstawicieli pokoleń X czy Y opiera się na standardzie komunikacyjnym wypracowanym w okresie ich wczesnej socjalizacji. Zaburzenie tego poczucia prowadzi do konfliktów, czego jasnym przykładem jest szkoła „walcząca" z internetyzacją różnych form komunikowania się między ludźmi. Akceptacja zmian będąca podstawą niniejszej rekomendacji nie jest bynajmniej wezwaniem do pokornego zastąpienia języka standardowego pozbawionym interpunkcji potokiem słów rodem z Discorda. Nie należy zastępować podręczników aplikacjami do nauki; trudno byłoby wyeliminować film jako wytwór kultury i zamienić go na analizowanie z młodymi ludźmi popularnych obecnie tiktoków. Warto pamiętać, że kanały komunikacji rzadko są zastępowane przez inne (częściej dzieje się tak z nośnikami informacji). A więc kolejne narzędzia dołączają do spektrum medialnych możliwości na zasadzie kumulowania i zmiany proporcji między nimi. Radio nie wyparło gazet, telewizja nie wyparła radia, internet nie wyparł telewizji, choć przyczynił się do spadku jej popularności i zmienił to, co rozumiemy poprzez termin „telewizja". Stąd warto pamiętać i wdrażać – na ile to

możliwe – zasadę „pokojowego współistnienia" różnych typów mediów. Warto w sposób niedyskryminujący traktować wszystkie formy komunikacji, także te wspierające relacje interpersonalne. W dobie pogłębiającego się zjawiska konwergencji (Jabłońska, 2020) takie podejście wydaje się wyjątkowo istotne dla zrozumienia współczesności przez młodego człowieka i zdobywania przez niego kompetencji cyfrowych niezbędnych do sprawnego poruszania się po świecie mediów. Warto pamiętać, że wymaga to jednak obopólnego dostosowania się do wzajemnych potrzeb i zachowań w obszarze komunikacji. Stąd rola nauczycieli, rodziców i mentorów, którzy wskażą zależności, korzyści i zagrożenia związane z korzystaniem z mediów w całym ich spektrum – od prasy drukowanej do TikToka. Ten ostatni stał się w ostatnich latach symbolem uproszczenia komunikacji i jej niemalże dosłownej konsumpcji, nierzadko porównywanej do śmieciowego jedzenia. Kolejny tiktok jest jak kolejny chips wyciągnięty z szeleszczącej paczki i pozwalający na ponowny wyrzut dopaminy (Monaco, 2020; Petrillo, 2021). Często zapominamy jednak, że to jedynie forma i nośnik, który, dopiero wypełniony treścią, stanowi groźne bądź wartościowe narzędzie w rękach twórców internetowych:

Cytat 87.
Ja na przykład też sobie cenię to, że moi przyjaciele wysyłają mi tiktoki. To też dla mnie jest takie miłe, bo ja już im powiedziałam, że jeśli chodzi o tiktoki, to ja wysyłam tylko takim najbliższym (...). *Myślę, że tak pięciu osobom wysyłam. I jak ktoś mi wysyła to czuję, że jestem bliska dla tej osoby* (Wywiad 3, wers: 164).

Stąd ważna rola instytucji edukacyjnych, aby nie podchodzić stereotypowo do nowych – z perspektywy wcześniejszych pokoleń – narzędzi komunikacji i poprzez ich akceptację starać się wskazywać różne możliwości ich wykorzystania. Zdajemy sobie sprawę, że nie zawsze jest to proste. Sami – jako dwudziesto- i trzydziestolatkowie,

prowadząc badania, mieliśmy nierzadko poczucie forsowania obcego, a przez to niebezpiecznego terenu, który trudno czasami zrozumieć i pojąć jego zasady. Bez tego jednak nie sposób wskazać odpowiedniej drogi i wspomóc młodych ludzi w czymś, co nazwać można „higienicznym" korzystaniem z mediów cyfrowych. Chodzi o takie korzystanie, które ma charakter świadomy – z jednej strony zagrożeń, z drugiej zaś – szans. Warto też media eksplorować bez popadania w skrajności, z jednej strony symbolizowanych przez kompulsywne oglądanie godzinami tiktoków, z drugiej – przez internetowe wykluczenie.

Oczywiście, można przyjąć też założenie niektórych badaczy, że żadne media, jako formy niewypełnione jeszcze treścią, nigdy w pełni neutralne nie są (Ładny, 2015). Tworzenie baniek filtrujących, środowiska sprzyjającego hejterom, *fake newsom* i inne negatywne zjawiska internetowe stanowią zapewne mocne dowody w tej dyskusji. Tym bardziej należałoby uwzględnić brak neutralności jako kolejny, niewidoczny na co dzień, a istotny czynnik kształtujący środowisko komunikacyjne młodych ludzi. Tylko zaś akceptacja zachodzących zmian przez wszystkie pokolenia, oswojenie i otwartość na ich zrozumienie, może stanowić przyczynek do cyfrowej integracji i obopólnej edukacji. Jeśli nie ma bowiem możliwości zmiany pewnych nurtów, należy je odpowiednio uregulować i skanalizować. Warto jednak płynąć nimi wspólnie, ucząc się jednocześnie od siebie i łagodząc tym samym negatywne skutki tych ze wspomnianych nurtów, które są zbyt wartkie i rwące.

Bibliografia

Abi-Jaoude E., Treurnicht Naylor K., Pignatiello A. (2021), Smartphones, Social Media Use, and Youth Mental Health, w: S. Gennaro, B. Miller (red.), *Young People and Social Media. Contemporary Children`s Digital Culture* (s. 231–240), Vernon Press.

Adler K., Salanterä S., Zumstein-Shaha M. (2019). Focus Group Interviews in Child, Youth, and Parent Research: An Integrative Literature Review, *International Journal of Qualitative Methods*, *18*, https://doi.org/10.1177/1609406919887274.

Allaby M., Shannon C. S. (2020), "I just want to keep in touch": Adolescents' experiences with leisure-related smartphone use, *Journal of Leisure Research*, *51*(3), https://doi.org/10.1080/00222216.2019.1672506.

Baron-Polańczyk E. (2020), Komunikacja sieciowa w hierarchii ważności działań dzieci i młodzieży – w opinii uczniów i nauczycieli (raport z badań), *Studia Pedagogiczne. Problemy społeczne, edukacyjne i artystyczne*, *35*, 224–228, https://doi.org/10.25951/4165.

Bąk A. (2015). *Korzystanie z urządzeń mobilnych przez małe dzieci w Polsce. Wyniki badania ilościowego*, Fundacja Dzieci Niczyje, http://www.mamatatatablet.pl/pliki/uploads/2015/11/Korzystanie_z_urzadzen_mobilnych_raport_final.pdf, 7.03.2023 r.

Bijak K., Kleka P. (2021), Relacje online. Ekstrawersja i inteligencja emocjonalna w kontekście wybranych aspektów komunikacji internetowej, *Człowiek i Społeczeństwo*, *51*, 189–203, https://doi.org/10.14746/cis.2021.51.10.

Castro L., Strömback J., Esser F., Van Aelst P., de Vreese C. H., Aalberg T., Cardenal A. S., Corbu N., Hopmann D. N., Koc-Michalska K., Matthes J., Schemer C., Sheafer T., Splendore S., Stanyer J., Stępińska A., Theocharis Y., Štětka V. (2021), Navigating high-choice European political information environments: A comparative analysis of news user profiles and political knowledge, *The International Journal of Press/Politics*, 1–33, https://doi.org/10.1177/19401612211012572.

Chmielecki K. (2010), Tekst jako obraz – obraz jako tekst. O zapośredniczonym medialnie komunikowaniu wizualnym w społeczeństwie informa-

cyjnym, w: M. Niezgoda, M. Świątkiewicz-Mośny, A. Wagner (red.), *com.unikowanie w zmieniającym się społeczeństwie* (s. 89–97), Zakład Wydawniczy „NOMOS".

Chodacz W. (2019), *Potrzeby i kompetencje medialne osób 55+*, 18–20, https://e.org.pl/wp-content/uploads/2021/11/Raport_Potrzeby-i-kompetencje--medialne-osob-55-plus.pdf, 7.03.2023 r.

Ciesiółka A. (2019), Nowomowa cyberprzestrzeni – patologia analfabetyzmu emocjonalnego, cyfrowe komunikowanie emocji w świecie realnym, w: W. Heller, M. Kaźmierska, M. Wieczorek (red.), *Dlaczego szkoła nie ufa emocjom? Dążenia emocjonalne w szkole i na uczelni* (s. 160–170), Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Wydział Pedagogiczno-Artystyczny, https://www.academia.edu/40489506/Dlaczego_szkoła_nie_ufa_emocjom_Dążenia_emocjonalne_w_szkole_i_na_uczelni, 7.03.2023 r.

Christiansen K., Qureshi F., Schaible A., Park S., Gittelsohn J. (2013), Environmental Factors That Impact the Eating Behaviors of Low-income African American Adolescents in Baltimore City, *Journal of Nutrition Education and Behavior*, *45*(6), 652–660, https://doi.org/10.1016/j.jneb.2013.05.009.

Curry D. (2023), BeReal Revenue and Usage Statistics, https://www.businessofapps.com/data/bereal-statistics/, 8.02.2023 r.

Eder M. (2011), Style-markers in authorship attribution: a cross-language study of the authorial fingerprint, *Studies in Polish Linguistics*, *6*(1), 99–114, http://repozytorium.ur.edu.pl/handle/item/2040, 7.03.2023 r.

Ekman P., Davidson R. J. (1999), *Natura emocji. Podstawowe zagadnienia*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Ewing S. (2011), *Architecture and field/work*, Routledge.

Farooqi R. (2021), *Measuring Youth Perceptions in the Direction of Brands on Digital Media Using Netnography*, SSRN, http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3918088.

Fiala S. C., Dilley J. A., Firth C. L., Maher J. E. (2018), Exposure to Marijuana Marketing After Legalization of Retail Sales: Oregonians' Experiences, 2015–2016, *American Journal of Public Health*, *108*(1), https://doi.org/10.2105/AJPH.2017.304136.

FOMO. Polacy a lęk przed odłączeniem (2018), A. Jupowicz-Ginalska, J. Jasiewicz, M. Kisilowska, T. Baran, A. Wysocki (red.), https://fomo.wdib.uw.edu.pl/download/2807/, 7.03.2023 r.

Geismar H., Knox H. (2021), Introduction 2.0, w: H. Geismar, H. Knox (red.), *Digital Anthropology* (s. 1–18), Routledge.

Grzenia J. (2007), *Komunikacja językowa w internecie*, PWN.

Jones K., Ngoy K. Auckland University of Technology, Digital Media and Kidfluencers in the Twentyfirst Century Are Here: What and Who are the World's Children Watching?, w: S. Gennaro, B. Miller (red.), *Young People and Social Media. Contemporary Children`s Digital Culture* (s. 181–201), Vernon Press.

Gennaro S., Miller B. (2021), Introduction: Contemporary Children`s Culture in Digital Space(s), w: S. Gennaro, B. Miller (red.), *Young People and Social Media. Contemporary Children`s Digital Culture* (s. XXIX–XXXIV), Vernon Press.

Goban-Klas T. (1984), Hipoteza „spirali milczenia" w ramach teorii opinii publicznej, *Zeszyty Prasoznawcze*, *2*, 47–58, http://mbc.malopolska.pl/Content/65915/1984_02.pdf, 7.03.2023 r.

Haim M., Graefe A., Brosius H. B. (2017), Burst of the Filter Bubble?, *Digital Journalism*, 330–343, https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338145.

Hayes A. F. (2007), Exploring the Forms of Self-Censorship: On the Spiral of Silence and the Use of Opinion Expression Avoidance Strategies, *Journal of Communication*, *57*(4), 785–802, https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00368.x.

Hinduja S., Patchin J. W. (2008), Personal information of adolescents on the Internet: A quantitative content analysis of MySpace, *Journal of Adolescence*, *31*(1), 125–145, https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2007.05.004.

Holt N. L., Tink L. N., Mandigo J. L. i inni (2008), Do youth learn life skills through their involvement in high school sport? A case study, *Canadian Society for the Study of Education*, *31*(2), 281–304, https://www.jstor.org/stable/20466702, 7.03.2023 r.

Hymes D., On communication competence, w: J. B. Pride, J. Holmes (red.), *Sociolinguistics*, (269–293), Penguin.

Jakubowski J. (2018), Intercultural competences and social media: contribution through research, *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*, *3*, 35–47, https://doi.org/10.14746/ssp.2018.3.3.

Jabłońska M. (2020), Współczesna konwergencja mediów w perspektywie użytkowników – modele oraz metody pomiaru, *Studia i Perspektywy Medioznawcze*, *2*, 127–139.

Jemielniak D. (2013), Netnografia, czyli etnografia wirtualna: nowa forma badań etnograficznych, *Prakseologia*, *154*, 97–116, http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-fb0ecbb3-c67d-4d66--9410-86c3a1d35210, 7.03.2023 r.

Jordan T. (2013), *Internet, Society and Culture: Communicative Practices Before and After the Internet*, Bloomsbury.

Kamińska J. (2012), Folklorystyczny nerw internetu. Wspólnotowa przestrzeń emocji i wyobraźni, *Kultura Popularna*, *3*(33), 6–18, https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=591112, 7.03.2023 r.

Kamibeppu K., Sugiura H. (2005), Impact of the Mobile Phone on Junior High-School Students Friendships in the Tokyo Metropolitan Area, *CyberPsychology & Behavior*, *8*(2), 121–130, https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.121.

Keretna S., Hossny A., Creighton D. (2013), Recognising User Identity in Twitter Social Networks via Text Mining, *International Conference on Systems, Man and Cybernetics (SMC 2013) – Manchester (2013.10.13–2013.10.16)*, 3079–3082, IEEE, https://doi.org/10.1109/smc.2013.525.

Khaund T., Hussain M. N., Shaik M., Agarwal N. (2021), Telegram: Data Collection, Opportunities and Challenges, w: J. A. Lossio-Ventura, J. C. Valverde-Rebaza, E. Díaz, H. Alatrista-Salas (red.), *Information Management and Big Data. SIMBig 2020. Communications in Computer and Information Science*, Springer: Cham, https://doi.org/10.1007/978-3-030-76228-5_37.

Kielban J. (2013), *Netykieta. Kultura komunikacji w sieci*, https://biblioteka.womczest.edu.pl/new/wp-content/uploads/2013/09/webowa_biblioteka_informatyka_netykieta.pdf, 29.08.2022 r.

Kopecka-Piech K. (2019), Technologie pierwszego kontaktu. Smartfonizacja życia codziennego młodych użytkowników, w: „Studia i Perspektywy Medioznawcze", tom 1: K. Konarska, P. Urbaniak (red.), *Media a społeczeństwo. Współczesne problemy i wyzwania*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

Kraut R., Patterson M., Lundmark V., Kiesler S., Mukophadhyay T., Scherlis W. (1998), Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?, *American Psychologist*, *53*(9), 1017–1031, https://doi.org/10.1037//0003-066x.53.9.1017.

Kurkowski P. (2018), Wpływ łączności internetowej na komunikację społeczną, *Młoda Humanistyka*, *2*(12), 1–8, https://depot.ceon.pl/handle/123456789/16631, 7.03.2023 r.

Livingstone S., Saeed M., Kardefelt Winther D., Growing Up in Connected World, w: S. Gennaro, B. Miller (red.), *Young People and Social Media. Contemporary Children`s Digital Culture* (s. XXIX–XXXIV), Vernon Press.

Loury G. C. (1994), Self-Censorship in Public Discourse: A Theory of "Political Correctness" and Related Phenomena, *Rationality and Society*, *6*(4), 428–461, https://doi.org/10.1177/1043463194006004002.

Ładny P. (2015), Neutralność sieci – dogmat czy postulat, *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, *44*(4) cz.1/2015, 334–349, https://doi.org/10.15584/nsawg.2015.4.1.28.

Maj B. (2018), Znaczenie komunikacji interface to interface dla współczesnej młodzieży, w: J. Kędzior, B. Krawiec, B. M. Biedroń, A. Mitręga (red.), *Komunikacja a zmiana społeczna* (s. 135–147), Instytut Pedagogiki Uniwersytetu Wrocławskiego, https://doi.org/10.34616/22.19.011.

Markham A. N. (1998), *Life online: Researching real experience in virtual space (Vol. 6)*, Rowman Altamira.

Marzęcki R. (2020), *Pierwsze pokolenia wolności. Uwarunkowania i wzory partycypacji w sferze publicznej polskich i ukraińskich studentów*, Wydawnictwo Naukowe Scholar.

McGihon R., Hawke L., Chaim G. I inni (2018), Cross-sectoral integration in youth-focused health and social services in Canada: a social network analysis, *BMC Health Serv Res*, *18*(901), https://doi.org/10.1186/s12913-018-3742-1.

McLuhan M. (2004), *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, WNT Wydawnictwa Naukowo-Techniczne.

Mehrabian A., Ferris S. (1967), Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels, *Journal of Consulting Psychology*, *31*.

Michalczyk S. (2009), Pojęcie mediatyzacji w nauce o komunikowaniu, w: M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk (red.), *Mediatyzacja kampanii politycznych* (s. 17–33), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

Miech R., Patrick M. E., Keyes K., O'Malley P. M., Johnston L. (2021), Adolescent drug use before and during U.S. national COVID-19 social distancing policies, *Drug and Alcohol Dependence*, *226*, https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2021.108822.

Monaco B. N. (2020), *Social Media Addiction: A Neuroscientist's Perspective*, http://www.theharvardbrain.com/fall-2020-nick-monaco.html, 29.08.2022 r.

Moreno-Guerrero A. J., López-Belmonte J., Romero-Rodríguez J. M., Rodríguez-García A. M. (2020), Nomophobia: impact of cell phone use and time to rest among teacher students, *Heliyon*, *6*, https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04084.

Napieraj U. I. (2020), Czy emotikony zagrażają uczuciom? Wpływ komunikacji niewerbalnej na kompetencje interpersonalne młodzieży gimnazjalnej, *Acta Universitatis Lodziensis, Folia Litteraria Polonica*, *1*(56), 89–97, http://dx.doi.org/10.18778/1505-9057.56.06.

Pangrazio L., Selwyn N. (2021), Young People's Understandings of Social Media Data, w: S. Gennaro, B. Miller (red.), *Young People and Social Media. Contemporary Children`s Digital Culture* (s. 261–276), Vernon Press.

Pawełczyk P., Jakubowski J. (2017), Postprawda i nowe media: czy potrzebujemy postprawdy?, *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*, *1*, 197–212, https://doi.org/10.14746/ssp.2017.1.11.

Petrie G., Petrovcic A., Vehovar V. (2011), Social uses of interpersonal communication technologies in a complex media environment, *European Journal of Communication*, *26*(2), 81–104, https://doi.org/10.12973/ojcmt/2355.

Petrillo S. (2021), *What Makes TikTok so Addictive?: An Analysis of the Mechanisms Underlying the World's Latest Social Media Craze*, https://sites.brown.edu/publichealthjournal/2021/12/13/tiktok/, 29.08.2022.

Pietrzak J., Reysowski M., Krzaczek M. (2020), Budowanie marki prestiżowej na przykładzie wybranych azjatyckich koncernów technologicznych, *Gdańskie Studia Azji Wschodniej*, *18*, 47–62, https://doi.org/10.4467/23538724GS.20.034.12871.

Piontek D. (2015), Personalizacja jako efekt mediatyzacji polityki, *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*, *3*, 91–103, https://doi.org/10.14746/ssp.2015.3.5.

Polak P. (2016), Przejęcie tradycyjnych funkcji komunikacji interpersonalnej przez kanały elektroniczne, *Ekonomiczne Problemy Usług*, *122*, 105–113, https://doi.org/10.18276/epu.2016.122-09.

Popper K. R. (2002), *Wiedza obiektywna. Ewolucyjna teoria epistemologiczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN.

Problematyczne używanie internetu przez młodzież. Raport z badań (2019), K. Makaruk, J. Włodarczyk, P. Skoneczna (red.), Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, https://www.researchgate.net/publication/346035944_Problematyczne_uzywanie_internetu_przez_mlodziez, 7.03.2023 r.

Przywara B., Leonowicz-Bukała I. (2020), Bądźmy w kontakcie. Współczesna cyfrowa komunikacja permanentna, *Zeszyty Prasoznawcze*, *3*(243), 9–32, https://doi.org/10.4467/22996362PZ.20.019.12090.

Pulit M., Zacłona T. (2009), Reguła wzajemność najpowszechniejszą techniką perswazji w erze informacji, *Krakowskie Studia Małopolskie*, *13*, 163–175, http://dx.doi.org/10.15804/ksm200910.

Radomski A. (2016), *Badanie kultury w Informacjonalizmie – czyli w stronę antropologii cyfrowej*, https://depot.ceon.pl/handle/123456789/9675, 7.03.2023 r.

Raport z badania: Brzdąc w sieci–zjawisko korzystania z urządzeń mobilnych przez dzieci w wieku 0–6 lat, M. Rowicka, M. Bujalski (red), https://www.kbpn.gov.pl/portal?id=15&res_id=11479398, 29.08.2022 r.

Rettie R. (2007), Texters not talkers: Phone call aversion among mobile phone users, *PsychNology Journal*, *5*(1), 33–57, https://psycnet.apa.org/record/2007-07642-002, 7.03.2023 r.

Romer D., Jamieson K. H., Pasek J. (2009), Building Social Capital in Young People: The Role of Mass Media and Life Outlook, *Political Communication*, *26*(1), 65–83, http://dx.doi.org/10.1080/10584600802622878.

Sadowska K. B. (2021), Dobrostan psychiczny dziecka w procesie edukacji szkolnej w czasach pandemii, *Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce*, *16*(63), https://doi.org/10.35765/eetp.2021.1663.07.

Sandeen C. (2008), Boomers, Xers, and Millennials: Who are They and What Do They Really Want from Continuing Higher Education?, *Continuing Higher Education Review*, *72*, 11–31, https://eric.ed.gov/?id=EJ903434, 7.03.2023 r.

Sandler J. (2019), The Snowflake Generation… what are they like?, *Orthodontic Update*, *12*(1), 5, http://dx.doi.org/10.12968/ortu.2019.12.1.5.

Sartori G. (2005), *Homo videns. Telewizja i post-myślenie*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.

Siegieńczuk M. (2018), Wywiad narracyjny z dzieckiem na przykładzie relacji dzieci o ich Pierwszej Komunii Świętej, *Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce*, *13,* 67–84, https://doi.org/10.14632/eetp.2018.13.50.67.

Sleeper M., Balebako R., Das S., McConahy A. L., Wiese J., Cranor L. F. (2013), The Post that Wasn't: Exploring Self-Censorship on Facebook, *CSCW '13: Proceedings of the 2013 conference on Computer supported cooperative work*, 793–802. https://doi.org/10.1145/2441776.2441865.

Snapchat users in Poland in 2019, by age and gender, https://www.statista.com/statistics/1134097/poland-snapchat-users-by-age-and-gender/, 9.02.2023 r.

Syguła A. (2013), Smartfon jako narzędzie w procesie edukacji w szkole wyższej–możliwości i perspektywy zastosowania, w: M. Dąbrowski, M. Zając (red.), *Rola e-edukacji w rozwoju kształcenia akademickiego*, Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.

Szpunar M. (2008), Kultura obrazu a ikonosfera Internetu, *Studia Medioznawcze. Media Studies*, *3*(34), 113–119, https://core.ac.uk/download/pdf/286318961.pdf.

Szredzińska R., Włodarczyk J. (2021), Doświadczenia krzywdzenia oraz dobrostan psychiczny polskich nastolatków w pierwszym okresie pandemii, *Dziecko Krzywdzone. Teoria, badania, praktyka*, *20*(2), http://cejsh.icm.

edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-5102cfc7-1490-4caa--9c6e-0df3235b208d.

Templeton E. M., Chang L. J., Reynolds E. A., Cone LeBeaumont M. D., Wheatley T. (2022), Fast response times signal social connection in conversation, *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, *119*(4), https://doi.org/10.1073/pnas.2116915119.

Tillmann K. J. (1996), *Teorie socjalizacji. Społeczność, instytucja, upodmiotowienie*, Wydawnictwo PWN.

Ting C. H., Chen Y. Y. (2020), *Smartphone addiction*, w: C. A. Essau, P. H. Delfabbro (red.), *Adolescent addiction* (s. 215–240), Elsevier, https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818626-8.00008-6.

Tobin J. (2021), Understanding the Relationship Between Young People and Social media: What Role Do Rights Play?, w: S. Gennaro, B. Miller (red.), *Young People and Social Media. Contemporary Children`s Digital Culture* (s. 23–40), Vernon Press.

Twenge J. M. (2019), *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe i zupełnie nieprzygotowane do dorosłości i co to znaczy dla wszystkich*, Smak Słowa.

Turkle S. (2011), *Life on the Screen*, Simon and Schuster.

Vaterlaus J. M. (2021), Connected or Disconnected?: Parent-Adolescent Relationships and Interactive Technology, w: S. Gennaro, B. Miller (red.), *Young People and Social Media. Contemporary Children`s Digital Culture* (s. 201–208), Vernon Press.

Walther J. B. (2011). Theories of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations, w: M. L. Knapp, J. A. Daly (red.), *The SAGE Handbook of Interpersonal Communication*, SAGE Publications.

Warner J. (2017), *Adolescents' New Literacies with and through Mobile Phones (New Literacies and Digital Epistemologies)*, Peter Lang.

Wasylewicz M. (2016), „Komunikowanie o sobie" w internecie w dobie dominacji ikonosfery, *Edukacja-Technika-Informatyka*, *7*(3), 172–177, http://doi.org/10.15584/eti.2016.3.26

Wilczyńska W., Mackiewicz M., Krajka J. (2019), *Komunikacja interkulturowa. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Naukowe UAM.

Wilmer H. H., Sherman L. E., Chein J. M. (2017), Smartphones and cognition: A review of research exploring the links between mobile technology habits and cognitive functioning, *Frontiers in psychology*, *8*(605), https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00605.

Wojtasik Ł., Dziemidowicz E. (2019), Urządzenia ekranowe w rękach dzieci w wieku 0–6 lat – zagrożenia, szanse, postulaty profilaktyczne, *Dziecko*

krzywdzone. Teoria, badania, praktyka", *18*(2), http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-df4f66de-0a09-4aa6-892c--ab0d2461d506/c/DK_18_4_6.pdf.

Wrzesień W. (2007), Czy pokoleniowość nam się nie przydarzy? Kilka uwag o współczesnej polskiej młodzieży, *Nauka*, *3*, https://www.researchgate.net/publication/329167346_Czy_pokoleniowosc_nam_sie_nie_przydarzy, 7.03.2023 r.

Zalewska-Greloch E. (2008), Polszczyzna internautów – poprawna czy… wygodna?, w: J. Podracki, E. Wolańska (red.), *Język w mediach elektronicznych* (s. 155–172), Wydawnictwo Semper.

Zbróg P. (2015), Zakłócenia w komunikacji międzyludzkiej wywołane negatywną oceną poprawności wypowiedzi, *Socjolingwistyka*, *29*, 121–134, http://dx.doi.org./10.17651/SOCJOLING.29.7.