

ANDRZEJ RÓŻAŃSKI

rozanski@umcs.pl

*Media społecznościowe:
współczesne środowisko edukacyjne czy „cyfrowe tsunami”?*

Social Media: Contemporary Educational Environment or “Cyber Tsunami”?

STRESZCZENIE

Od kilkudziesięciu lat komunikacja cyfrowa na dobre zagościła w świadomości społecznej. Początkowo traktowana była jako ciekawostka, moda, z czasem stała się trendem, aż w końcu rzeczywistością (wirtualną). W tym czasie przechodziła kolejne fazy dynamicznego rozwoju, aby osiągnąć stan, w którym dzisiejsi nastolatki świat wirtualny utożsamiają z naturalnym środowiskiem. Cyfrowa wymiana informacji wkroczyła do wszystkich dziedzin naszego życia, nie omijając szeroko pojętej edukacji, procesów nauczania/uczenia się, przyczyniając się do niemałej rewolucji – nie tylko tej technologicznej, ale przede wszystkim społeczno-zawodowej.

Słowa kluczowe: edukacja; media społecznościowe; komunikacja cyfrowa

Rozwój elektronicznych mediów społecznościowych, które obecnie stanowią powszechną formę komunikacji (nie tylko dla najmłodszego pokolenia), ewoluował do stanu obecnego przez nieco ponad 30 lat. Kojarzy się ze stronami i/lub platformami internetowymi, gdzie ludzie mogą się dzielić informacjami o sobie i swoim życiu, dyskutując i prezentując osobiste/własne opinie, zdjęcia, video. Zdaniem K. McIntre początek ery mediów społecznościowych wiązany jest z ważnymi wydarzeniami, które zrewolucjonizowały nasz sposób komunikowania się. C. Chapman przyjmuje jako datę początkową pojawienie się sieci UseNet w 1979 r. (sieć pierwotnie połączyła Uniwersytet Duke i Uniwersytet

Północnej Karoliny), J. O'Dell uważa, że był to moment wysłania pierwszego e-maila w 1971 r., natomiast A. Curtis wskazuje na powstanie CompuServe w 1969 r. (McIntre 2014, s. 8).

Przez szereg lat portale internetowe pełniły przede wszystkim zadania informacyjne (upowszechnianie newsów, aktualizacja wiadomości). Z czasem sukcesywnie poszerzano ich możliwości, dodawano kolejne funkcje, np. pocztę elektroniczną, fora dyskusyjne, czat itp., co intensyfikowało wzajemną komunikację (Stefaniak 2016, s. 188).

Wśród medioznawców istnieje szereg teorii, które wyjaśniają proces ewolucji mediów społecznościowych jako ważnego czynnika modyfikującego zachowania społeczne. Wymienia się między innymi takie koncepcje, jak: wypierania (*displacement*), funkcjonalnego ekwiwalentu (*functional equivalence*), komplementarności (*complementary theory*) oraz teorię niszy (*theory of the niche*) (McIntre 2014, s. 7).

Pierwsza z wymienionych teorii, czyli wypieranie (*displacement*), sugeruje, że ewolucja następuje na skutek wypierania starych mediów przez nowe. Z tego typu sytuacją mamy do czynienia, kiedy dwie formy mediów w dużej mierze zaspokajają podobne potrzeby użytkowników (Ramirez i in. 2008). Przychodzi zatem czas, gdy pojawia się nowe medium, które rywalizuje ze starym, aby ostatecznie je zastąpić (Dutta-Bergman 2004). Kolejna z wymienionych teorii, tzw. funkcjonalnego ekwiwalentu (*functional equivalence*), wskazuje, że nowsze media dominują nad starszymi. W momencie, gdy pojawiają się nowe media, które lepiej obsługują daną funkcję, liczba osób korzystających z poprzedniego medium szybko maleje (Neuman 2010, s. 12). Teorie dotyczące wypierania i funkcjonalnego ekwiwalentu są ze sobą powiązane. Główną różnicą między nimi, jak pisze K. McIntre (2014, s. 9), jest to, że istniejące (starsze) media nie zostaną w pełni zastąpione przez nowe, jak głosi teoria wyparcia. Istnieje wiele przykładów mediów nowej generacji, które nie zastąpiły w pełni swoich starszych odpowiedników (Stemple, Hargrove, Bernt 2000). Przykładowo: telefony stacjonarne, czasopisma w formie drukowanej, telewizja – wciąż istnieją, mimo że wokoło dominują rozbudowane media cyfrowe, telefonia komórkowa, portale, wydania i serwisy informacyjne (online).

Jednak część badaczy twierdzi, że nie zawsze nowe media powstają z intencją rywalizowania ze swoimi poprzednikami, jak to przedstawiono we wcześniej wspomnianych koncepcjach. Równie często wiele nowych form mediów uzupełnia te istniejące i nie prowadzi do ich depopularyzacji (McIntre 2014, s. 8–10). Nawiązuje do tego teoria komplementarności. Przykładowo, zdaniem zdobywcy nagrody Pulitzera, pisarza P. Starra, telefon został stworzony po to, aby ulepszyć komunikację, a nie by zastąpić telegram (Starr 2005, s. 193). Stemple, Hargrove i Bernta przeprowadzili badania, które potwierdziły, że ludzie którzy częściej korzystali z Internetu i oglądali telewizję, korzystali również z przekazów trady-

cyjnych w czasopiśmie drukowanych. Równocześnie badacze potwierdzili, że użytkownicy Internetu częściej oglądali telewizję i czytali gazety aniżeli osoby, które z Internetu nie korzystały. Potwierdziło to ich tezę, że Internet nie zastępuje innych mediów, lecz jedynie je uzupełnia (McIntre 2014, s. 10).

Ostatnią z wymienianych koncepcji jest teoria niszy. Nisza jest zdefiniowana jako wyspecjalizowany, ale opłacalny/zyskowny zakątek rynku. Medium niszowe często uzupełnia istniejące, ale nie oznacza to funkcjonowania między nimi relacji pozbawionej rywalizacji. Według J. Dimmicka teoria niszy tłumaczy, jak media współzawodniczą i koegzystują na ograniczonej przestrzeni (zasobów) (Ramirez i in. 2008, s. 530; Dimmic, Kline, Stafford 2000). Innymi słowy, media niszowe konkurują ze sobą o uwagę klientów, ale ich twórcom nie zależy na tym, żeby zastąpić siebie wzajemnie. Według M. Jonesa (2011) dobrze ilustruje to sytuacja, kiedy Facebook zaczął przyćmiewać (częściowo przejmować rolę) MySpace jako najpopularniejszego portalu typu *social media*. W konsekwencji MySpace rozpoczął pozycjonowanie swojej oferty w obszarze muzyki niszowej (McIntre 2014, s. 11).

W czasach, w których żyjemy, możemy wciąż korzystać z tradycyjnego telefonu, tradycyjnej kamery, wysłać listy, pocztówki czy paczki (choć drukarki 3D umożliwiają odtworzenie praktycznie dowolnych kształtów i przedmiotów w oparciu o przesłaną elektronicznie aplikację), ale czy długo ten stan potrwa? W ekspresowym tempie poszerzają się możliwości przekazu informacji (wiedzy) dzięki nowym lub zmodyfikowanym narzędziom informatycznym. Podstawowa różnica między wcześniejszymi systemami/technologiami komunikacji a obecnymi mediami społecznościowymi polega przede wszystkim na szybkości i komforcie wymiany informacji. Gdy zapytamy, czym jest *e-learning*, to uzyskamy odpowiedź, że jest to udoskonalona technologicznie forma tradycyjnej metody kształcenia korespondencyjnego. Kursy *distance learning* również kiedyś się odbywały. Zapewne starsi nauczyciele pamiętają telewizyjne programy oświatowe w latach 1970–1990 (np. Telewizyjne Technikum Rolnicze) czy kształcenie korespondencyjne, metodykę którego opisywał w latach 50. XX w. F. Urbańczyk (Aleksander 2014, s. 81). Wtedy korzystano z tradycyjnej komunikacji listowej, następnie zastąpiono ją pocztą elektroniczną, obecnie najczęściej komunikujemy się w czasie rzeczywistym za pośrednictwem portali bądź/i sieci społecznościowych.

Współcześnie koszt dotarcia do odbiorców jest nieporównywalnie niższy niż kiedyś: zasięg sieci Internet praktycznie jest nieograniczony terytorialnie i czasowo. Dostęp do bezpłatnych aplikacji umożliwiających wymianę informacji oraz kreowanie treści audio-video, grafiki, indywidualizacja przekazu, przy praktycznie nieograniczonych zasobach (zawartości), też wpływają na komfort naszej pracy i nauki. Ta dynamiczna sytuacja przyczynia się do tego, że obecnie proces „oświatowy”, nauczanie/uczenie się czy samokształcenie przebiegają w dużej

mierze poza salami wykładowymi (klasami), tradycyjnymi bibliotekami, czytelniami. Toczą się one samoistnie w sieci.

D. Thomas i J.S. Brown, autorzy popularnej w USA książki *A New Culture of Learning: Cultivating the Imagination for a World of Constant Change* (2011), wskazują, że w obecnej (tradycyjnej) formule edukacji (w każdym jej wymiarze) nie ma szans sprostania wyzwaniom, jakie stoją przed społecznościami w szybko zmieniającym się świecie. Tradycyjnie pojęta szkoła (proces nauczania – uczenia się) staje się dla uczniów zbyt monotonna (bez względu na ich wiek). Oczywiście nadal nauczyciele są w stanie zarazić pasją swoich wychowanków, ukierunkować ich zainteresowania. Jednak w konfrontacji z wirtualną rzeczywistością i światem wszechobecnych mediów czy szybkich zmian staje się to coraz trudniejsze. Przede wszystkim „edukatorzy” sami muszą posiadać wiedzę i umiejętności radzenia sobie w nowej (wirtualnej) rzeczywistości. Z pewnością kolejne generacje nauczycieli (obecnych uczniów) nie powinny mieć z tym problemów. Chodzi tu głównie o charakterystyczne obecnie, naturalne/intuicyjne (w działaniu) przyswajanie zmian technologicznych w sposobach komunikowania się i przekazywania informacji.

Różnice pokoleniowe w postrzeganiu świata istniały zawsze, ale jeszcze nigdy nasze otoczenie tak szybko nie ewoluowało. A. Toffler utrzymywał, że rozwój ludzkości przebiegał w kolejnych następujących trzech falach „technologicznych”. W wyniku rozwoju możliwości poznawczych człowieka kolejne fale cywilizacyjne trwały coraz krócej. Fala agrarna trwała 10 tysięcy lat, przemysłowa już około 300 lat, kolejna – oparta na powszechnej „komunikacji” – tylko kilkadziesiąt. Jednocześnie autor wskazał, iż siły drugiej fali powstrzymywały rozwój trzeciej (Toffler 1997), bezskutecznie, sugerując tym samym, iż czy się nam te zmiany podobają czy nie, będą postępować, z nami lub bez nas. Odnosząc się do wspomnianej koncepcji, należałoby dodać, że obecnie mamy do czynienia nie tylko z kolejną falą, lecz z „cyfrowym tsunami”.

Opublikowane przez CBOS dane z 2017 r. potwierdzają, że w naszym kraju w ciągu 15 lat (od 2002 do 2017 r.) liczba osób korzystających z Internetu wzrosła z 17% do 67% ogółu populacji. Najwięcej użytkowników znajduje się wśród osób młodych. 100% osób w wieku od 18 do 24 lat korzysta z Internetu, wśród nieco starszych (25–34 lata) – ponad 96%, w wieku od 35 lat do 44. roku życia – 87%, wśród osób w wieku od 45 do 54 lat nieco mniej – 70%, a wśród osób powyżej 55. roku życia jest to około połowa (CBOS 2017, s. 1–2).

W 2017 r. blisko 87% wszystkich użytkowników Internetu korzystało z urządzeń mobilnych (telefon komórkowy, laptop, netbook, tablet). Od 2010 r. nastąpił wzrost tej liczby o blisko 100%. Największy odsetek znajdował się wśród osób w wieku od 18 do 24 lat (99%) oraz od 25 do 44 lat (93–94%), wśród osób 45+ wynosił około 75% (CBOS 2017, s. 6). Aplikacje mobilne ułatwiły np. obsługę kont bankowych, nie mówiąc o zakupach produktów i usług czy masowym korzy-

staniu z szerokiej oferty portali społecznościowych praktycznie z każdego miejsca na świecie. Dziś kontakty z osobami mieszkającymi za granicą za pośrednictwem ogólnodostępnego Skype'a czy innych podobnych aplikacji to już codzienność, nawet dla największych tradycjonalistów.

Wspomniani wcześniej autorzy (Thomas, Brown 2011) wychodzą z założenia, że skoro cyfrowe zmiany dotyczą wszystkich aspektów życia człowieka, to edukacja też musi sprostać tej nowej rzeczywistości. Szkoła ich zdaniem powinna przypominać lub być dla współczesnego ucznia naturalnym środowiskiem, a to środowisko... jest wirtualne, cyfrowe. Dla wielu nauczycieli starszej generacji, a w Polsce stanowią oni pokątną grupę, stanowi to ambitne wyzwanie (np. w roku szkolnym 2014/2015 największy odsetek stanowili nauczyciele w wieku od 46. do 50. roku życia – prawie 17%, oraz w wieku od 51 do 55 lat – około 15,5%; ORE 2015, s. 12). Przez lata w procesie nauczania/wychowania radzili sobie bez tak zaawansowanych i ciągle zmieniających się mediów społecznościowych, z jakimi mamy do czynienia obecnie. Sytuację komplikuje nieco fakt, iż „tego nowego funkcjonowania” nie można nauczyć się, stosując tradycyjne podejście do uczenia się, ponieważ zmiany w świecie cyfrowym zachodzą zbyt szybko. Aby komunikować się z innymi „cyfrowymi tubylcami” w wirtualnym świecie, być „na bieżąco”, należy w sposób naturalny spróbować „wtopić się” w społeczności sieciowe.

Powszechna dostępność informacji zmienia zdecydowanie perspektywę współczesnego nauczyciela, szczególnie w relacjach z uczniem. Nauczyciel musi być bardziej przewodnikiem krytycznej analizy wszechobecnych „internetowych” treści, z których uczeń czerpie to, co jest dla niego najbardziej inspirujące. Nauczyciel zatem staje się w tym świecie partnerem ucznia (Prensky 2010), co jest bliższe koncepcji andragogicznej uczenia się/nauczania. Media społecznościowe (narzędzia) w tym „partnerskim” układzie są zdecydowanie domeną „cyfrowych tubylców” (uczniów), natomiast nauczyciele odpowiadają za krytyczną ocenę i przydatność pozyskiwanych za pomocą technologii cyfrowych informacji (Prensky 2010). Zatem dzisiaj nauczyciel nie przekazuje „książkowej” wiedzy. Rolę dostawcy treści (informacji) dostępnej w czasie rzeczywistym „tu i teraz” przejmują media społecznościowe. Ich powszechna dostępność ułatwia proces samorozwoju/samokształcenia przede wszystkim tym, którzy wykazują otwartość poznawczą czy przejawiają np. zawodową gotowość do uczenia się i rozwoju (Różański 2014). Nowy sposób zdobywania wiedzy w „sieciach społecznościowych” polega na wielogodzinnym przebywaniu w środowisku wirtualnym, które umożliwi przeglądanie treści (również w celach rozrywkowych), aktywnym nawiązywaniu kontaktów oraz tworzeniu własnego lub wspólnego „kontentu”. Dane statystyczne wskazują, iż najwięcej czasu tygodniowo w Polsce spędzają w sieci ludzie młodzi w wieku od 18 do 24 lat i jest to średnio 20 godzin; około

14 godzin spędzają osoby w wieku 25–34 lat; pozostali, w wieku powyżej 35. roku życia, korzystają średnio 8–9 godzin (CBOS 2017, s. 5).

Aktywność w tym alternatywnym świecie pobudzana jest oferowanym komfortem pracy: dużą indywidualizacją treści, dostępem „tu i teraz”, dyskretnymi podpowiedziami – wyszukiwaniem kontekstowym, w czym pomaga tzw. reklama behawioralna, i wieloma innymi ułatwieniami. Można założyć, iż w tej sytuacji sporo (wszelkich treści) informacji pozyskiwanych i przyswajanych jest bez większego wysiłku użytkownika. Efektywność, wartość i jakość przyswajania treści są uzależnione bezpośrednio od zaawansowania „surfującego”. Tu pojawia się główny problem, z którym tradycyjna edukacja nie do końca dzisiaj sobie radzi, a mianowicie ukierunkowanie tej aktywności. Uniknięcie wyalienowania „szkoły” z udziału w tym procesie będzie możliwe w przypadku zaakceptowania współczesnego nauczyciela (w sieci) jako partnera i przewodnika. W przypadku jego nieobecności w wirtualnym świecie funkcję tę w sposób bardziej lub mniej udany przejmą różnego rodzaju aplikacje, symulacje, gamifikacje (wykorzystywanie mechanizmów gier do zmiany zachowań). Specjalnie w tym celu opracowane scenariusze, a także mechanizmy, sprzyjają osiągnięciu stanu silnego zainteresowania (np. stan *flow* w grach), co sprzyja przyswajaniu nowych treści. Wydaje się, że jedną z wielu przewag mediów społecznościowych w procesie kształcenia jest stworzenie uczestnikom (bez względu na wiek) przyjaznego i motywującego do nauki środowiska edukacyjnego, w którym „rozwijana będzie m.in. jedna z najważniejszych kompetencji społecznych XXI wieku: umiejętność uczenia się (we współczesnym świecie nie jest istotne, co wiesz, ale jak szybko potrafisz się uczyć, a ponadto zajdziesz dalej w życiu, jeśli wiesz, czego i jak się uczyć i potrafisz dotrzeć do informacji szybciej od innych)” (Kiyosaki, Lechter 2013, za: Musiał 2014).

W zaleceniach Parlamentu Europejskiego z dnia 18 grudnia 2006 r. wskazano na szczególne znaczenie kluczowych kompetencji w procesie uczenia się przez całe życie (zalecenie 2006/962/WE). W ramach dokumentu ustanowiono osiem kompetencji kluczowych: porozumiewanie się w języku ojczystym, porozumiewanie się w językach obcych, kompetencje matematyczne i podstawowe, kompetencje naukowo-techniczne, kompetencje informatyczne, umiejętność uczenia się, kompetencje społeczne i obywatelskie, inicjatywność i przedsiębiorczość oraz świadomość i ekspresja kulturalna. Umiejętność uczenia się zdefiniowano w wyżej wymienionym zaleceniu jako zdolność konsekwentnego i wytrwałego uczenia się, organizowania własnego procesu uczenia się, w tym przez efektywne zarządzanie czasem i informacjami, zarówno indywidualnie, jak i w grupach. W rozwinięciu dokumentu wskazano także na umiejętności w zakresie technologii informacyjnych i komunikacyjnych, konieczne do dalszego uczenia się. Powinniśmy być w stanie poświęcać czas na samodzielną naukę charakteryzującą

cą się samodyscypliną, ale też na wspólną pracę w ramach procesu uczenia się, czerpać korzyści z różnorodności grupy oraz dzielić się nabytą wiedzą i umiejętnościami, być w stanie docierać do nowej wiedzy i umiejętności oraz zdobywać, przetwarzać i przyswajać je. Kładzie się zatem nacisk na umiejętność samodzielnego zdobywania potrzebnej wiedzy.

Od kilkunastu lat jesteśmy świadkami zanikania tradycyjnie rozumianych karier zawodowych. W ich miejsce pojawia się nowy jej typ, oparty na przedsiębiorczości – samorealizacji jednostki ukierunkowanej na własny profesjonalizm. Kariery zawodowe wychodzą poza dotychczasowe umownie przyjęte w różnych społeczeństwach granice formalne czy psychologiczne (Bohdziewicz 2008). Zwiększa się jednocześnie odpowiedzialność jednostki za własną drogę rozwoju. Na rynku pracy pojawiło się kolejne pokolenie pracowników określanymi mianem generacja „C” (*connect, communicate, change*) czy pokolenie Milenium (odłam pokolenia Y – urodzeni po 1996 r.). Początek tej generacji wiązany jest z momentem, w którym Internet i media społecznościowe stały się nieodłącznym elementem ich funkcjonowania. Mogą zatem pojawić się pewne rozbieżności co do wieku przedstawicieli pokolenia Milenium w różnych krajach. Na przykład w USA najwcześniej wśród wszystkich państw na świecie „udostępniono” obywatelom nieograniczony dostęp do sieci, więc tam przewagę będą stanowiły osoby nieco młodsze niż w Polsce. W tym przypadku dla celów klasyfikacji ważniejszy od daty urodzin jest moment rozpoczęcia funkcjonowania w rzeczywistości cyfrowej, wychowania w „erze Internetu”. Generacja „C” nie potrafi żyć bez portali społecznościowych, a komputer/smartfon jest jej podstawowym narzędziem funkcjonowania – komunikowania się. Są to tzw. *digital natives* (cyfrowi tubylcy). D. Pankraz podaje pięć cech wyróżniających to pokolenie:

(...) uwielbiają tworzenie nowych treści i mieszanie form (*mashing*), chcą formowania społeczności aktywnych, a nie pasywnych, korzystają z mediów społecznościowych, gdzie angażują się w dyskusje o ideach, kulturze, wiodą intensywne życie, nad którym sami chcą sprawować kontrolę, poszukują pracy tam, gdzie bardziej liczy się kreatywność niż podporządkowanie sztywnej hierarchii (Pankraz 2011).

D. Thomas i J.S. Brown wskazują, że tradycyjny sposób nauczania w dzisiejszych czasach nie jest w stanie nadążyć za zmianami w otaczającym nas świecie. Tradycyjne metody nauczania – system klasowo-lekcyjny oraz tradycyjny system uczenia się w szkole (w kolejnych ułożonych etapach: szkoła, uczelnia) – w konfrontacji z szybkimi zmianami przestaje być efektywny (Thomas, Brown 2011).

Czas „połowicznego rozpadu kwalifikacji” uzyskanych np. na studiach w uczelni wyższej, *the half life of a learned skills* (w fizyce pojęcie to oznacza czas, w ciągu którego liczba nietrwałych obiektów lub stanów zmniejsza się o połowę, a w konsekwencji zanika), wynosi średnio od około 2,5 roku do 5 lat. Jed-

nak w przypadku niektórych kwalifikacji trwa to znacznie krócej, np. inżynierowie oprogramowania muszą przekwalifikowywać się co 12–18 miesięcy, specjaliści od marketingu, sprzedaży, produkcji, prawa, księgowości czy finansów są w podobnej sytuacji (Deloitte 2017, s. 32). Obecnie zmiany postępują bardzo dynamicznie, np. zmiany na rynku pracy, zanikanie tradycyjnych profesji, zastępowanie aplikacjami cyfrowymi tradycyjnych „prac biurowych”, usług bankowych, mobilnych, tłumaczeniowych i wielu innych. W corocznym raporcie firmy Deloitte, opracowanym na podstawie badań zrealizowanych wśród 10 tysięcy liderów biznesu i HR ze 140 państw, a dotyczącym trendów w obszarze zasobów ludzkich, wskazano, że niemal wszyscy prezesi (90%) uważają, że „ich firmy stoją w obliczu przełomowej zmiany, napędzanej technologiami cyfrowymi, jednak 70% twierdzi, że nie dysponują odpowiednimi możliwościami adaptacji” (Kane i in. 2016).

Pracodawcy rozwiązania problemu upatrują w dynamicznym rozwoju platform komunikacyjnych oraz nowych technologii mobilnych, które mogą przyczynić się do szybkiego rozpowszechnienia innowacyjnych metod wspierających procesy kształcenia i rozwoju.

W Polsce z komunikatorów internetowych korzysta ponad 41% użytkowników Internetu, aktywnie komentuje w sieci ponad 33% osób, a ponad 12% bierze udział w grach sieciowych. Najaktywniej uczestniczą w tym osoby w wieku od 18 do 34 lat, z blogów korzysta blisko 1/3 użytkowników Internetu (CBOS 2017, s. 11). Wśród internautów w Polsce liczba osób zarejestrowanych na portalach społecznościowych (np. Facebook, Nasza klasa, Google+, Golden Line, LinkedIn itp.) przekroczyła 60% już w 2009 r. i utrzymuje się na podobnym poziomie w 2017 r. (CBOS 2017, s. 15). Najwięcej osób zarejestrowanych w portalach społecznościowych znajduje się wśród internautów w wieku od 18 do 24 lat (94%), a w kolejnych grupach wiekowych odpowiednio wśród osób w wieku od 25 do 34 lat (86%) oraz od 35. do 44. roku życia (56%). Wśród pozostałych grup wiekowych (45 i starszych) odsetek ten waha się w granicach od 38% do 32% (CBOS 2017, s. 15). 1/3 użytkowników Internetu (34%) wykorzystuje serwisy społecznościowe do odbioru treści, m.in. słuchania muzyki, oglądania filmów lub zdjęć, czytania tekstów. Mniej więcej co czwarty internauta (23%) sam zamieszcza tam tego typu materiały. Zbliżony odsetek (24%) traktuje je jako platformę dyskusyjną – miejsce do rozmawiania i komentowania informacji (CBOS 2017, s. 16).

W badaniach zrealizowanych wśród dorosłych Polaków (17 600 osób indywidualnych i 3869 przedsiębiorstw) wśród najpopularniejszych form samokształcenia wymieniano na pierwszym miejscu programy komputerowe i Internet (30%), na drugim miejscu w kolejności znajdują się książki profesjonalne, magazyny i druki (27%), natomiast starszego typu media, umieszczone w kategorii programy TV i radiowe, wskazało zaledwie 6% respondentów (Szczucka, Turek,

Worek 2014, s. 44). Najczęściej za pośrednictwem Internetu doskonalone są kompetencje informatyczne i językowe, specjalistyczne zawodowe oraz pedagogiczne, odpowiednio od 18% do 10% (Szczucka, Turek, Worek 2014, s. 47).

Tradycyjny sposób prowadzenia szkoleń (w salach lekcyjnych, w określonym czasie i miejscu) coraz częściej zastępowany jest edukacją wirtualną. Współcześni uczniowie/pracownicy (np. pokolenie Milenium) oczekują pełnej dostępności do programów szkoleniowych (bez ograniczeń czasowych), a także do wszelkich baz wiedzy, do których mogą dotrzeć samodzielnie (podobnie jak w Google). Środowisko cyfrowej technologii zapewnia w sposób ciągły monitorowanie i archiwizowanie całego procesu, reakcji, wypowiedzi (tekstowych, audio-video), stanowiąc tym samym materiał poglądowy. Dzięki tej formule uczący się zyskuje możliwość współtworzenia procesu edukacyjnego. Daleko posunięta indywidualizacja umożliwi dostosowanie wirtualnego otoczenia do możliwości i oczekiwań uczących się. W 2014 r. wskazywano, iż zdaniem liderów biznesu i specjalistów HR najniższy poziom zaawansowania narzędzi wspierających rozwój kompetencji pracowniczych w organizacji jest w obszarze zapewnienia mobilnych i społecznościowych form nauki (Deloitte 2014, s. 41).

W badaniu w 2017 r. ankietowani wskazali już na dużą dostępność darmowych lub tanich, wysokiej jakości treści, co daje firmom i pracownikom możliwość ciągłego uczenia się dzięki takim narzędziom, jak YouTube oraz innowacyjnym serwisom w rodzaju Khan Academy, Udacity, Udemy, Coursera masowych otwartych kursów online (MOOC) oraz materiałów video dostępnych w Internecie. Inwestycje w nowe systemy rozwoju pracowników to najszybciej rosnący segment kosztów technologii HR (Harris, Spencer 2016). Pracodawcy rozważają wymianę posiadanej infrastruktury szkoleniowej na nowe narzędzia na wszystkich poziomach architektury systemów szkoleniowych (Deloitte 2017, s. 32). Media społecznościowe umożliwiają pracownikom i pracodawcom budowanie zawodowej tożsamości. Poszerzają też możliwości rozwijania kariery zawodowej, ułatwiają autoprezentację, budowanie sieci kontaktów, inspirują do wspólnych działań i pomysłów, ułatwiają dzielenie się wiedzą (Stefaniak 2016, s. 191).

Równocześnie toczy się w środowisku naukowym (psychologia, medycyna, pedagogika, socjologia itp.) dyskusja nad koniecznością stosowania swego rodzaju „ograniczeń” w korzystaniu z Internetu. Zwraca się uwagę na zjawiska niekorzystne z tym związane, np. uzależnienia określane pojęciami siecioholizm (*netaholics*), cyberzależność (*cyberaddiction*), uzależnienie od Internetu (*Internet addiction*), zaburzenia spowodowane zależnością od Internetu (*Internet addiction – disorders*, IAD) (Białokoz-Kalinowska i in. 2011). Głównie wskazuje się na zagrożenia w obszarze zdrowia i prawidłowego rozwoju psychofizycznego, będące wynikiem m.in. ekspozycji na potencjalnie szkodliwe treści, podejmowanie ryzykownych zachowań w sieci, zmianę stylu życia – zamykanie się i ograniczanie

bezpośrednich kontaktów z rówieśnikami, obniżanie poziomu aktywności fizycznej i wiele innych. Wbrew pozorom nie dotyczy to wyłącznie dzieci i młodzieży, ale również osób dorosłych, które asocjują nowinki technologiczne, świadomie podejmując wyzwania lub z czasem stają się użytkownikami różnorodnych „funkcjonalności” świata cyfrowego, który zastępuje/wypiera/uzupełnia starsze media.

Wśród zagrożeń należy wskazać też na możliwość konsekwencji prawnych funkcjonowania w sieci, które mogą prowadzić do poważnych strat nie tylko wizerunkowych, ale i finansowych.

Wszystkie upubliczniane treści, ich rodzaj, kolejność, jakość i sposób publikacji, jak również estetyka profilu są poddawane weryfikacji i ocenie przez innych użytkowników. Stąd potrzeba rozwijania umiejętności czytania ze zrozumieniem, szybkiej analizy dużych ilości danych, trafnego wyboru źródeł informacji, krytycznego myślenia, szerzenia wiedzy o konsekwencjach związanych z upublicznianiem danych nieprawdziwych, pochopnym wyciąganiem wniosków czy publicznym oczernianiem innych użytkowników (Stefaniak 2016, s. 191).

Podsumowując, media społecznościowe przeniknęły do wszystkich dziedzin naszego życia, nie omijając szeroko pojętej edukacji, procesów nauczania/uczenia się, przyczyniając się do niemałej rewolucji – nie tylko tej technologicznej, ale przede wszystkim społeczno-zawodowej. Powszechna dostępność różnorodnych aplikacji umożliwiających wymianę informacji oraz dających możliwość kreowania treści audio-video, a także indywidualizacja przekazu przy praktycznie nieograniczonych zasobach (Internetu) zmieniają zasadniczo nasz sposób funkcjonowania, pracy i nauki. To „cyfrowe tsunami” nie pozostaje bez wpływu na procesy nauczania/uczenia się, które przebiegają w dużej mierze poza salami wykładowymi (klasami), tradycyjnymi bibliotekami, czytelniami. Stawia to współczesnych nauczycieli w nowej roli. Edukatorzy sami muszą posiadać wiedzę i umiejętności radzenia sobie w nowej (wirtualnej) rzeczywistości. Chodzi tu głównie o charakterystyczne obecnie, naturalne/intuicyjne (w działaniu) przyswajanie zmian technologicznych w sposobach komunikowania się i przekazywania informacji. Szkoła, edukacja formalna czy sposób kształcenia powinny dostosować się do naturalnego środowiska „cyfrowych tubylców”, a nauczyciel (w sieci) musi stać się partnerem i przewodnikiem wspierającym ich w krytycznej ocenie wszechobecnych informacji oraz identyfikacji zagrożeń. Tzw. czas „połowicznego rozpadu kwalifikacji”, określany na od 2 do 5 lat, determinowany zmianami na rynku pracy (zanikanie tradycyjnych profesji, zastępowanie aplikacjami cyfrowymi tradycyjnych „prac biurowych” czy usług bankowych, mobilnych i wielu innych), nie pozostawia zbyt wielkiego wyboru. Tradycyjny sposób prowadzenia szkoleń (w salach lekcyjnych, w określonym czasie i miejscu) coraz częściej zastępowany jest edukacją wirtualną. Współcześni uczniowie i pracownicy (pokolenie Milenium)

oczekują pełnej dostępności do programów szkoleniowych bez ograniczeń czasowych, a także do wszelkich baz wiedzy, do których mogą dotrzeć samodzielnie, podobnie jak w Google. Media społecznościowe tworzą najbardziej wszechstronne, ogólnodostępne środowisko edukacyjno-zawodowe, z jakim dotychczas mieliśmy do czynienia, które jest niezwykle wymagające dla współczesnych nauczycieli/edukatorów. Przy jego racjonalnym wykorzystaniu poszerzają się możliwości rozwijania kariery zawodowej, ułatwane jest budowanie sieci kontaktów, inspiruje ono do wspólnych działań i pomysłów, ułatwia dzielenie się wiedzą oraz znacznie przyspiesza proces aktualizacji niezbędnych kwalifikacji w sytuacji dynamicznych zmian.

BIBLIOGRAFIA

- Aleksander T. (2014), *Rozwój dydaktyki dorosłych jako dyscypliny naukowej*, „Studia Dydaktyczne”, nr 26.
- Białokoz-Kalinowska I., Kierus K., Nawrocka B., Piotrowska-Jastrzębska J.D. (2011), *Uzależnienie od Internetu (siecioholizm) wśród młodzieży licealnej – konsekwencje zdrowotne i psychosocjalne*, „Pediatria i Medycyna Rodzinna”, nr 7(4).
- Bohdziewicz P. (2008), *Kariery zawodowe w gospodarce opartej na wiedzy (na przykładzie grupy zawodowej informatyków)*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- CBOS (2017), *Korzystanie z Internetu. Raport*, nr 49, Warszawa.
- Deloitte (2014), *Trendy HR 2014. Jak przyciągnąć i utrzymać pracowników w XXI wieku. Raport*.
- Deloitte (2017), *Trendy HR 2017. Zmiana zasad w erze cyfryzacji. Raport*.
- Dimmic K.J., Kline S., Stafford L. (2000), *The gratification niches of personal e-mail and the telephone*, „Communication Research”, No. 27.
- Dutta-Bergman M.J. (2004), *Complementarity in consumption of news types across traditional and new media*, „Journal of Broadcasting & Electronic Media”, No. 48.
- Harris S., Spencer E. (2016), *Sierra-Cedar 2016–2017 HR systems survey*, 19th annual edition, Sierra-Cedar.
- Jones M. (2011), *MySpace: Five lessons learned from the front*, „CNN Money”, October 24.
- Kane G.C., Doug Palmer D., Nguyen Phillips A., Kiron D., Buckley N. (2016), *Aligning the organization for its digital future*, „MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press”, <https://dupress.deloitte.com/dup-us-en/topics/emerging-technologies/mit-smr-deloitte-digital-transformation-strategy.html> (dostęp: 01.08.2017).
- Kiyosaki R.T., Lechter S.L. (2013), *Mądre bogate dziecko*, Osielsko: Instytut Praktycznej Edukacji.
- McIntre K. (2014), *The Evolution of Social Media from 1969 to 2013. A Change in Competition and a Trend Toward Complementary, Niche Sites*, „The Journal of Social Media in Society”, Vol. 3(2).
- Musiał E. (2014), *Nowe technologie a przyjazne środowisko uczenia się* (tekst wygłoszony na 24. Sympozjum Człowiek – Media – Edukacja, Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie), 2014, www.ktime.up.krakow.pl/symp2014/spis_2014_10.htm (dostęp: 02.08.2017).
- Neuman W.R. (2010), *Theories of media evolution*, [w:] W.R. Neuman (ed.), *Media, Technology, and Society: Theories of Media Evolution*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- ORE (2015), *Nauczyciele w roku szkolnym 2014/2015. Raport*, Warszawa.

- Pankraz D. (2011), *A Look at Generation C*, <http://de.slideshare.net/jshaw20/gen-c-by-dan-pankraz-1228108588460973-8> (dostęp: 03.03.2013).
- Prensky M. (2010), *Teaching Digital Natives. Partnering for Real Learning*, Thousand Oaks: Corwin Press.
- Ramirez A. Jr., Dimmick J., Feaster J., Lin S.-F. (2008), *Revisiting interpersonal media competition: The gratification of niches of instant messaging, e-mail, and the telephone*, "Communication Research", No. 35.
- Różański A. (2014), *Psychospołeczne korelaty gotowości do uczenia się i rozwoju pracowników wykwalifikowanych*, Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Starr P. (2005), *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications*, New York: Basic Books.
- Stefaniak I.M. (2016), *Profesjonalne i eksperckie media społecznościowe a rynek pracy*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 258.
- Stemple III G.H., Hargrove T., Bernt J.P. (2000), *Relation of growth of use of the Internet to changes in media use from 1995–1999*, "Journalism & Mass Communication Quarterly", No. 77.
- Szczucka A., Turek K., Worek B. (2014), *Rozwijanie kompetencji przez dorosłych Polaków. Na podstawie badań instytucji i firm szkoleniowych, pracodawców i ludności zrealizowanych w 2013 roku w ramach IV edycji projektu Bilans Kapitału Ludzkiego*, [w:] *Edukacja a rynek pracy*, t. 5, Warszawa: PARP.
- Thomas D., Brown J.S. (2011), *A New Culture of Learning: Cultivating the Imagination for a World of Constant Change*, www.newcultureoflearning.com/newcultureoflearning.pdf (dostęp: 10.04.2017).
- Tofler A. (1997), *Trzecia fala*, Warszawa: PIW.
- Zalecenie Parlamentu Europejskiego z dnia 18 grudnia 2006 r. (2006/962/WE).

SUMMARY

For several years, cyber communication has been an integral part of a social awareness. At first, it was treated as something irrelevant – a tidbit which then became a trend which later on became an integral part of (virtual) reality. During that time it has gone through several phases of dynamic development to finally transform into (cyber) environment which is perceived by modern-day teenagers as something natural. Digital exchange of information has entered into almost every element of our lives – especially education – processes of teaching and learning. It has also caused quite considerable changes – not only in technological areas but also in social and professional segments of our lives.

Keywords: education; social media; communication