



MAGDALENA WASYLEWICZ

Komunikacja niewerbalna pokolenia sieci

Non-Verbal Communication of the Network Generation

Doktor, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Pedagogiczny, Katedra Pedagogiki Medialnej, Polska

Streszczenie

Kontakty pomiędzy ludźmi czynią z człowieka istotą przystosowaną do życia w społeczeństwie, dlatego też ważne jest właściwe interpretowanie zachowań składających się zwłaszcza na mowę ciała. Niniejszy artykuł jest próbą analizy umiejętności radzenia sobie przez współczesne pokolenie adolescentów z odczytywaniem komunikatów niewerbalnych. Czy społeczeństwo prześlągnięte komunikacją zapośredniczoną przez media potrafi jeszcze posługiwać się mową ciała i prawidłowo ją interpretować?

Słowa kluczowe: komunikacja niewerbalna, emocje, internet, pokolenie sieci

Abstract

Contacts between people make a human being adapted to live in society. It is therefore important to interpret the behavior of the body in particular. This article is an attempt at analyzing the ability of modern adolescent generation to deal with reading nonverbal messages. Can a society in media world still be able to use the body language and properly interpret it?

Keywords: non-verbal communication, emotions, Internet, network generation

Wstęp

„Człowiek jest z natury istotą społeczną; jednostką, która z natury, a nie przez przypadek, żyje poza społecznością, jest albo kimś niegodnym naszej uwagi, albo istotą nadludzką. Społeczność jest w naturze czymś, co ma pierwszeństwo przed jednostką. Każdy, kto albo nie potrafi żyć we wspólnocie, albo jest tak samowystarczalny, że jej nie potrzebuje, i dlatego nie uczestniczy w życiu społeczności, jest albo zwierzęciem, albo bogiem” (za: Aronson, 2001, s. 12).

Są to słowa wypowiedziane przez Arystotelesa, jednego z trzech najwybitniejszych filozofów starożytnej Grecji. Człowiek jest istotą, której życie jest uzależnione od innych ludzi. Żyjąc w społeczeństwie, zmierza do zrealizowania potrzeb społecznych, kulturowych i ekonomicznych (Stępień, 2000, s. 5). Są one bardzo potrzebne do normalnego funkcjonowania i realizowana określonych postaw, a także do prawidłowego ukształtowania człowieka jako istoty ludzkiej.

Słusznie Ziemiński (1990, s. 210) konstatuje, że „poza środowiskiem społecznym niemożliwe jest współcześnie zaspokajanie potrzeb ludzkich, przede wszystkim potrzeb emocjonalnych: poczucia bezpieczeństwa, potrzeby społecznego uznania, niezależnie od tego, jakie uciążliwości wiążą się z życiem w społeczeństwie”. Ludzie, którzy zostaną pozbawieni kontaktu z drugim człowiekiem, są narażeni na to, że utracą swoją ludzką naturę, która jest wpisana w prawidłowy rozwój człowieka. Dowodzą tego różne fakty z wychowania i życia osób poza środowiskiem (Turowski, 2001, s. 8).

Życie społeczne nie mogłoby się rozwijać i kształtować, gdyby nie istniała komunikacja, która pozwala człowiekowi nawiązywać trwałe relacje z innymi ludźmi żyjącymi w społeczeństwie. Człowiek jest specyficzną istotą, która myśli, tworzy, nawiązuje relacje oraz przekazuje za pomocą specjalnego kodu językowego informacje pomiędzy innymi ludźmi, którzy rozumieją ten sam kod językowy. „Komunikacja jest interakcją społeczną, na którą składają się znaki werbalne i niewerbalne, przejawiają się w niej wrodzone i wyuczone zachowania” (Rückle, Soróbka, 2001, s. 63). Istotną rolę w życiu człowieka i kształtowaniu stosunków z innymi ludźmi odgrywa komunikacja niewerbalna, Tylko 35% wiadomości ludzie przekazują sobie za pomocą słów, natomiast aż 65% przekazów dociera do każdego z nas pozawerbalnie (Adler, Rosenfeld, Proctor II, 2006, s. 143). Mehrabian poszedł jeszcze dalej, prezentując swoje wyniki badań, które wskazują, że 93% wszystkich sygnałów, które odbieramy, to przekazy niewerbalne, natomiast tylko 7% dotyczy tego, co ludzie przekazują nam za pomocą słów (Leathers, 2007, s. 20).

Pokolenie sieci – specyfika komunikowania się i jej konsekwencje dla komunikacji niewerbalnej

Nowa faza rozwoju zarówno sieci, jak i informacji złączonych przez pojęcie *medium* daje nazwę nowej formacji społecznej: formacji medialnej, która wydaje się najwłaściwsza w przypadku określenia społeczeństwa nasyconego mediami. Społeczeństwo medialne charakteryzuje się dominacją zapośredniczonych form kontaktów społecznych. Dominują w nim sztuczne, techniczne środki wyrażania, utrwalania i przesyłania znaczących przekazów (Goban-Klas, 2005, s. 293–295). Społecznościowy charakter nowych mediów stanowi zasadniczy przełom, rozpoczynając tym samym nową fazę rozwoju ludzkości (Morbitzer, 2012, s. 134–135), zwłaszcza w obszarze komunikacyjnym. Bezprzewodowe sieci społecznościowe są sposobem komunikowania się tego pokolenia. To pokolenie Facebooka, Instagramu, MySpace’a i SMS-ów. Ma ono nieustającą potrzebę bycia w sieci. Ale to również pokolenie jednaków zagubionych w realnym świecie, o niskim poziomie empatii oraz motywacji do pracy, a także z trudnościami w nawiązywaniu trwałych więzi. Pokolenie wychowane przez internet, w świecie nierzeczywistych złudzeń, w realnej rzeczywistości jest zmuszone do konfrontacji z otwartymi podziałami finansowymi, majątkowymi, pre-

stizowymi, wreszcie politycznymi współczesnego społeczeństwa (Kubacka-Jasiecka, Passowicz, 2014, s. 175). Świat realny dla tego pokolenia bywa dodatkiem do tego cyfrowego. Ważniejsze są komunikaty ze świata wirtualnego. Najbardziej zajmujące formy aktywności w realnej rzeczywistości przerywa się, aby odebrać komunikat cyfrowy. Forma komunikacji bezpośredniej jest często lekceważona. Smutny staje się fakt, że w chwili rozmowy prawdziwy człowiek musi niekiedy poczekać, aż zakończy się cyberłączość (telefon, SMS itp.) (Róźiewicz, 2011, s. 13–14). Jak wynika z ogólnopolskiego badania „Nastolatki wobec Internetu” przeprowadzonego wśród młodzieży uczęszczającej do gimnazjum, około 87% z nich użytkuje internet każdego dnia, a idąc dalej, około 44% jest podłączone do sieci cały czas dzięki smartfonom. Co więcej, ponad połowa gimnazjalistów korzysta z internetu na smartfonie, a średni czas użytkowania wynosi około 4 godz. dziennie (<http://akademia.nask.pl>). Internet zrewolucjonizował sposób komunikacji między ludźmi. Według najnowszych badań ponad 2 mld osób korzysta z przynajmniej jednego portalu społecznościowego na świecie (Domański, 2016). Tak jest wśród młodych ludzi, którzy bez portalu społecznościowego nie wyobrażają sobie normalnego życia. Posiadanie wirtualnej skrzynki stało się wymogiem współczesnego świata mobilnego. Młodych ludzi założenie konta na portalu społecznościowym ma uchronić przed śmiercią towarzyską i społecznym wykluczeniem (Hejwosz-Gromkowska, 2015).

Jednak pomimo tak znaczącej liczby użytkowników portali społecznościowych można zauważyć, że na dużą skalę pogłębia się inny problem. „Osamotnienie wśród młodych ludzi to plaga XXI wieku. Nieodróżniali w realu, przemykają w tłumie anonimowych ludzi, by wrócić do domu i znaleźć ujście wśród niezliczonej ilości znajomych, którzy nadal pozostają nieznajomymi” (Barwicka, Szymkowiak, 2012, s. 5). Największy problem komunikacyjny w internecie stanowi brak osobistego kontaktu z drugą osobą. Noske (2003, s. 20) podkreśla: „takie obcowanie z wirtualnym światem stwarza niebezpieczeństwo odcinania się od rzeczywistego świata, zerwania realnych kontaktów. Skupienie się wokół wydarzeń ekranowych powoduje poczucie izolacji i wyobcowania, zmniejsza się ilość, a także pogarsza się jakość kontaktów z członkami najbliższych kręgów społecznych”. Brosch (2007, s. 84) pisze: „Ekspansja elektronicznych mediów nie pozostaje bez wpływu na zachowanie młodych użytkowników, co budzi liczne i spolaryzowane dyskusje, mające na celu określenie siły i konsekwencji tego oddziaływania. Szczególne miejsce zajmuje tu problem alienacji społecznej w wyniku permanentnego korzystania z nowych technologii komunikacyjnych. Poczucie alienacji jest rezultatem braku pożądaných relacji z innymi ludźmi, normami społecznymi, wartościami, sobą samym”. Kraut i in. (1988, s. 1017–1031) w swoich badaniach przeprowadzanych w latach 1995–1996 na grupie początkujących użytkowników internetu stwierdzili, iż interakcje społeczne znacznie zubożały, co z kolei prowadzi do alienacji społeczeństwa. Najnowsze badania empiryczne potwierdziły tę tezę. Kraut 3 lata później przeprowadził te same

badania, które pokazały, że internet znacznie osłabił stosunki społeczne (Kraut i in., 2002, s. 49–74). Braun-Gałkowska (2003) zwraca uwagę na fakt, iż młodzieży nadmiernie korzystającej z telefonów komórkowych i internetu znacznie trudniej odczytywać komunikację niewerbalną, jaką posługują się rówieśnicy. Rozszyfrowanie emocji drugiej osoby staje się wyzwaniem. Bo tak naprawdę człowiek jest istotą społeczną i do życia potrzebuje drugiego człowieka, nie tylko tego po drugiej stronie monitora, ale tego realnego ze swoją fizycznością, bliskością, zapachem, ze swoimi emocjami i gestami. Młodzież natomiast bezpośrednio pokazywanie swoich emocji chce w świecie wirtualnym zastąpić emotikonami, wręcz wraz z rozwojem technologicznym pojawiają się coraz to nowe emotikony. Jednak emocje, które towarzyszą każdemu z nas podczas bezpośrednich rozmów, dostarczają nam kluczowych informacji o drugim człowieku, których nie zastąpi żaden komunikator i żadna emotikona. Stąd opinie, że pod względem emocjonalnym komunikowanie się w sieci jest lodowate.

Aby zobaczyć, jak w rzeczywistości wygląda umiejętność odczytywania emocji przez współczesną młodzież, przeprowadzono badania wśród uczniów II klas Gimnazjum nr 9 z oddziałami dwujęzycznymi w Rzeszowie. Testy zostały przeprowadzone na przełomie kwietnia i maja 2017 r.

W badaniu wzięło udział 100 uczniów (39% stanowili chłopcy, natomiast 61% to dziewczynki). W tabeli 1 przedstawiono otrzymane wyniki badań.

Tabela 1. Poziom odczytywania emocji przez uczniów

Poziom	L	%
Poziom niski	52	52
Poziom przeciętny	48	48
Poziom wysoki	0	0

Źródło: praca licencjacka Aleksandry Wasyl.

Otrzymane wyniki badań tylko potwierdzają teoretyczne konstatacje o coraz niższych kompetencjach współczesnej młodzieży dotyczących umiejętności odczytywania emocji z twarzy drugiej osoby, a emocje to tylko jeden z elementów komunikacji niewerbalnej. Co także nie budzi zdziwienia, znaczna większość uczniów klas II gimnazjum bez problemu rozpoznaje takie emocje, jak: radość i gniew. Są one emocjami, które każdy z nas przeżywa najczęściej, są najbardziej powszechne, ale także najczęściej używane przez młodzież w komunikacji zapośredniczonej; mam tutaj na myśli emotikony.

Podsumowanie

Sygnaly niewerbalne są zachowaniami, którym przypisane jest określone znaczenie. Przy komunikacji za pomocą technologii nie możemy użyć wszystkich sygnałów niewerbalnych. Należy pamiętać, że żaden smartfon czy też inne urządzenie nigdy nie będzie miało najmniejszych szans w porównaniu ze spo-

tkaniem twarzą w twarz z drugim człowiekiem. Mimika twarzy, która stanowi najcenniejsze źródło wiedzy o emocjach, pełni rolę jedynej i niepowtarzalnej wskazówki pozwalającej prawidłowo interpretować nastrój drugiej osoby. Dlatego młodzież powinna zwracać większą uwagę na sygnały niewerbalne. Umiejętność odczytywania emocji ułatwia kontakty twarzą w twarz, ponieważ pozwala lepiej zrozumieć rozmówcę i komunikaty, które wysyła. Nauczyciele powinni zwracać większą uwagę na umiejętność odczytywania sygnałów niewerbalnych przez młode osoby, przeprowadzając na godzinie wychowawczej zajęcia dotyczące komunikacji niewerbalnej, a szkoła powinna w większym stopniu edukować uczniów w zakresie komunikacji, organizując zajęcia odnoszące się do relacji interpersonalnych realnych, a nie zapośredniczonych przez media.

Literatura

- Adler, R.B., Rosenfeld, L.B., Proctor II, R.F. (2006). *Relacje interpersonalne: proces porozumiewania się*. Poznań: Rebis.
- Aronson, E. (2001). *Człowiek – istota społeczna*. Warszawa: PWN.
- Barwicka, A., Szymkowiak, E. (2012). *Portale społecznościowe jako używka okresu adolescencji...* Pobrane z: <https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/5757/1/Agnieszka%20Barwicka%20Eliza%20Szymkowiak.pdf> (16.02.2017).
- Braun-Galkowska, M. (2003). Trzydzieści agresywnych scen w jednym zwiastunie TV. *Edukacja i Dialog*, 6, 25–32.
- Brosch, A. (2007). *Komunikacja tekstowa a poczucie alienacji wśród młodzieży*. *Kultura i Edukacja*, 2, 82–92.
- Domański, T. (2016). *Z Facebooka korzysta już 14 milionów Polaków*. Pobrane z: <http://www.chip.pl/news/wydarzenia/trendy/2016/03/z-facebook-a-korzysta-juz-14-milionow-polakow> (16.02.2017).
- Goban-Klas, T. (2005). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: PWN.
- Hejwosz-Gromkowska, D. (2015). *Młodzież, Facebook, a problem partycypacji społecznej*. Pobrane z: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/13810/1/SE_35_2015_Daria_Hejwosz_Gromkowska.pdf (16.02.2017).
- http://akademia.nask.pl/badania/raport_z_badan_nastolatki_wobec_internetu.pdf.
- Kubacka-Jasiecka, D., Passowicz, P. (2014). Dorastanie we współczesności. Postawy, wartości i doświadczanie czasu a kryzysy rozwoju pokolenia po transformacji. *Czasopismo Psychologiczne/ Psychological Journal*, 20 (2), 171–182.
- Kraut, R. i in. (1998). Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being? *American Psychologist*, 53 (9), 1017–1031
- Kraut, R. i in. (2002). Internet Paradox Revisited. *Journal of Social Issues*, 58 (1), s. 49–74.
- Leathers, D.G. (2007). *Komunikacja niewerbalna: zasady i zastosowania*. Warszawa: PWN.
- Morbitzer, J. (2012). *O istocie medialności młodego pokolenia*. Poznań: Neodidagmata.
- Noske, M. (2003). Kształtowanie się społeczeństwa wirtualnego. *Edukacja Medialna*, 4, 14–21.
- Różewicz, G. (2011). *Dzieci sieci – specyfika pokolenia*. *Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze*, 1, 12–25.
- Rückle, H., Soróbką, T. (2001). *Mowa ciała dla menedżerów*. Wrocław: Astrum.
- Stępień, J. (2000). *Wstęp do socjologii, psychologii i organizacji pracy*. Podręcznik. Poznań: eMPI2 Mariana Pietraszewskiego.
- Turowski, J. (2001). *Socjologia: małe struktury społeczne*. Lublin: Wyd. KUL.
- Ziemiński, Z. (1990). *Wykłady socjologii dla prawników i administratywistów*. Warszawa: Przemiany.