Ks. Jacek Grzybowski: Cyfrowa infantylizacja świata – wyzwanie współczesności

Człowiek zanurzony w cyfrowym świecie mediów społecznościowych jest ostatecznie oderwany od wielowiekowej narracji kultury klasycznej (tradycji, zwyczajów, zachowań, postaw) i przez to nie potrafi dziś odnaleźć innych wzorców działania i reakcji, jak tylko tych medialno-wirtualnych – pisze ks. Jacek Grzybowski dla „Teologii Politycznej Co Tydzień": „Virtual Mass Media?"

Chyba nawet nie zauważyliśmy kiedy media społecznościowe stały się nieodłącznym elementem naszego osobistego, społecznego i politycznego życia. Nie wyobrażamy już sobie naszej aktywności bez nieustannego rezonansu, jaki wywołują wpisy na Facebooku, internetowe twitty czy doniesienia różnorakich portali. Bezsprzecznie, postęp technologiczny jakiego świadkami jesteśmy w ostatnim dziesięcioleciu, sprawił, że nie ma już codzienności bez obecności cyfrowych technologii. Przestrzeń wokół nas wypełniona jest coraz bardziej skomplikowanymi urządzeniami i gadżetami – telefony komórkowe jako minikomputery, iPody, iPhony, tablety, laptopy, smartfony. Radykalnej zmianie uległa nasza relacja pomiędzy światem realnym a sferą wirtualną.

Nieskończona możliwość kreacji

Zauważmy, że do tej pory rozwój cywilizacji sprawił, iż twory człowieka zajmują coraz więcej miejsca kosztem przyrody. Tak dzieje się nadal, jednak obecnie także świat realny jest zastępowany czy wypierany przez to, co wirtualne. Fakt, że mamy nieustanny i szeroki dostęp do informacji, mediów, komentarzy, obrazów i osób spowodował, iż aktualnie szczególnie dzieci i młodzi ludzie spędzają w świecie cyfrowym – Internet w komputerze, laptopie, smartfonie – dwa razy więcej czasu niż w szkole. Pojawiają się nowe schorzenia osobowościowe i psychiczne – cyfrowa demencja, zaburzenia tożsamości, uzależnienia[1].

> *Obecnie świat realny jest zastępowany czy wypierany przez to, co wirtualne*

W sytuacji powszechnej dostępności do świata wirtualnego nie do końca zdajemy sobie dziś sprawę, że cyfrowa rzeczywistość, a szczególnie właśnie media społecznościowe (Facebook, Instagram, Google+, YouTube, Twitter, LinkedIn, Snapchat, Tinder, Pinterest) sprawiają, iż poniekąd wszyscy stajemy się podmiotami beztrosko realizującymi nieokreślony i moralnie niepewny projekt tożsamościowy. Dlaczego? Bo tzw. świat cyfrowy i wynikające z niego zjawiska nie są przestrzenią uczenia się zachowań, obyczajów, norm i postaw. Stanowią raczej niewyczerpany rezerwuar uprzedmiotowionych znaków-produktów, dających się dowolnie wybierać i konsumować.

Czas poświęcony wirtualnej rzeczywistości to niezobowiązujące „tułanie się" pośród internetowego hipertekstu – od informacji do informacji. Wyczuwamy w tym siłę przyciągania, a nawet uzależnienia, bo Internet zawsze gwarantuje maksymalizację doznań i złudne poczucie wolności – nieustannie można przecież przechodzić do innej strony, innego utworu, innych treści i obrazów, innej twarzy. Łatwość, z jaką akceptujemy ten stan rzeczy, najpełniej obrazuje praktyka scrollingu: niekończącego się przewijania losowych treści w portalach internetowych, zabierająca użytkownikowi coraz większą część życia[2]. Na tej podstawie można powiedzieć, iż na naszych oczach rośnie wiara w sieci społecznościowe oferujące każdemu nieskończone możliwości i szanse na kreowanie własnych, często nierzeczywistych tożsamości. Jednak na progu XXI wieku możemy już dostrzec zachowania i zjawiska związane ze zmianami cywilizacyjnych paradygmatów. Krytyczny obserwator współczesnej cywilizacji zachodniej Benjamin Barber wykazuje, że medialno-konsumpcyjny świat wzmocniony cyfrowymi przeżyciami uruchamia proces infantylizacji. Zaszczepia w populacji coraz więcej dziecięcych zachowań, koncentrujących się na nieskończonych możliwościach wyboru (władza) i konsumpcji (realizowanie siebie). Infantylizacja kultury, której podstawą jest uznanie potęgi świata cyfrowego, sprawia, że impuls zyskuje przewagę nad rozwagą, uczucie nad rozumem, dogmatyzm nad wątpliwością,

zabawa i wypoczynek nad pracą, obraz nad słowem, wrażenie nad ideą, egoizm nad altruizmem, to, co prywatne, nad tym, co publiczne, a ignorancja nad wiedzą[3]. W ten sposób odwrócony zastaje porządek kultury ludzi dorosłych i dojrzałych promujący odpowiedzialność wobec siebie i innych, racjonalność oraz panowanie nad sobą.

Otoczeni technicznymi gadżetami i pochłonięci siłą internetowego przekazu, coraz częściej nie potrafimy odnaleźć się w codziennych i zwyczajnych relacjach – w rozmowie, dialogu, spotkaniu, przebaczeniu. Nie uczymy się współczucia, refleksji, cierpienia i śmierci. Powszechna technicyzacja i komputeryzacja życia sprawiła, że praktyczność i wygoda zabijają wewnętrzną wrażliwość i ideę współpracy. W Japonii, kraju najbardziej rozwiniętych technologii, 70% mężczyzn i 60% kobiet w wieku od 18 do 34 lat to ludzie bardzo samotni.

> *Benjamin Barber wykazuje, że medialno-konsumpcyjny świat wzmocniony cyfrowymi przeżyciami uruchamia proces infantylizacji*

Badania socjologiczne pokazują, że w zastraszającym tempie zwiększa się liczba hikikomori – osób kompletnie wyizolowanych od świata realnego, a skupionych jedynie na doświadczeniu wirtualnym[4]. Dlaczego tak się dzieje? Ponieważ w cywilizacji cyfrowej odbiorca jest stwarzany i definiowany przez media, które determinują człowieka w ten sposób, że warunkują jego zdolności – stanowią bowiem niejako przedłużenie ciała, pośredniczą w coraz większej ilości interakcji, zarówno ze środowiskiem naturalnym, jak i ludzkim[5].

Selfizm – nowa forma egotyzmu

W konsekwencji, choć mamy wokół siebie wiele urządzeń ułatwiających komunikację i codzienne życie, to jednak tylko pozornie stajemy się bogatsi w spotkania i treści. Popularne media społecznościowe (np. Facebook, Instagram, YouTube) niosą w sobie kilka szczególnych choć czasem nie wprost zauważalnych własności.

Przede wszystkim dają pozór wiedzy, przekonanie, że się coś wie, ale wiedza ta nie ma klauzuli sprawdzalności, dobrego i rzetelnego uzasadnienia, weryfikowalności, nie uczy logicznego wnioskowania. Informacje i wiadomości docierające do nas z mediów społecznościowych są, można użyć poręcznej metafory, jak kałuża – szerokie, ale bardzo płytkie i mętne. Po drugie, media te dają pozór relacji – kontakty są powierzchowne, pozbawione realnych spotkań i doświadczeń. Społecznościowi znajomi są ostatecznie nieznajomymi, a o ich prawdziwym życiu często niewiele wiemy. Po trzecie, zawężają one świat do obrazkowo-memowego skrótu, to zaś sprawia, że w ludzkiej komunikacji zanika umiejętność formułowania poprawnych językowo, złożonych, wielowątkowych i logicznych wypowiedzi. Rozmowy, które prowadzimy, stają się jak internetowy czat – składają się z równoważników zdań, są skrótowe, emocjonalne, nielogiczne, urywane[6]. Najbardziej czytelnym tego wyrazem jest popularność emotikonów – ideogramów złożonych z sekwencji znaków typograficznych, służących w korespondencji telefonicznej i internetowej do wyrażania różnych stanów emocjonalno-nastrojowych. Emotikony zastąpiły słowa, zdania, logocentryczną komunikację.

Dostępność, przenośność i elastyczność mediów cyfrowych sprawiła, że bardzo łatwo zapełniają one czas dając pozór zajmowania się czymś istotnym. Co więcej, konwergencja wielu różnych mediów w jednym urządzeniu powoduje, że można wykonywać więcej niż jedną funkcję naraz. W rezultacie wiele osób używa wręcz nieustannie cyfrowych gadżetów i jest przekonanych, że „czymś się zajmuje i coś robi”, a jednocześnie nie robi niczego konkretnego i twórczego. Stąd cyfrowy świat prowadzi do nieprawdopodobnego marnowania czasu przez całe rzesze ludzi[7].

Najsmutniejsze jest jednak to, iż iluzoryczna otwartość i internetowa komunikatywność (czasem wręcz ekshibicjonizm) ostatecznie stają się często w cyfrowym świecie wyrafinowaną formą egoizmu. Paul C. Vitz w swojej bardzo ciekawej książce – *Psychologia jako religia. Kult samouwielbienia* – nazwał to zjawisko „selfizmem”[8]. Pojęcie selfizmu pochodzi od rzeczownikowego ujęcia angielskiego słowa self, które można przetłumaczyć jako „ja” bądź „sam osobiście”. W języku polskim

można je oddać neologizmem „jaizm”[9]. Oznacza to postawę skupienia się wyłącznie na sobie, swoich doznaniach, przeżyciach i sukcesach. Selfizm głosi proste i zrozumiałe dla każdego hasła: „bądź sobą!”, „uwierz w siebie!”, „uwierz w swoje możliwości!”, „największy dzień w życiu jednostki to ten, w którym po raz pierwszy zaczyna ona urzeczywistniać samą siebie!”. Inne osoby są tu potrzebne jedynie jako odbiorcy, bądź wręcz tło dla utrwalanych w Internecie życiowych impresji.

> *Iluzoryczna otwartość i internetowa komunikatywność w świecie cyfrowym często stają się wyrafinowaną formą egoizmu*

Zobaczmy, że tak ukształtowany człowiek zanurzony w cyfrowym świecie mediów społecznościowych jest ostatecznie oderwany od wielowiekowej narracji kultury klasycznej (tradycji, zwyczajów, zachowań, postaw) i przez to nie potrafi dziś odnaleźć innych wzorców działania i reakcji, jak tylko tych medialno-wirtualnych.

Co przyniesie świat cyfrowych możliwości? Czym poskutkuje selfizm? Z całą pewnością erozją relacji, z których składa się nasza codzienność. Mniejsze i większe zmiany patologiczne w odbiorze świata, ludzkich związkach, sposobach odnoszenia się do siebie, będą coraz powszechniejsze. Niewątpliwie zwiększy się popularność i znaczenie różnorodnych terapii psychologicznych i leczenia psychiatrycznego, jako reakcji na nieradzenie sobie ludzi z realnym życiem. Co może stać się naszą nadzieją? Wydaje mi się, że jedynie rodzina – wychowawcza troska ojca i matki świadomych zagrożeń jakie niesie ze sobą współczesna kultura i skupionych całą swą mocą na dobrym ukształtowaniu charakteru dzieci. Rodzice wzajemnie dla siebie muszą stać się sojusznikami i lojalnymi sprzymierzeńcami w – dosłownie mówiąc – walce o dusze swych dzieci. Muszą być razem odpowiedzialni, silni i zdeterminowani. Nadchodząca era świata cyfrowego jest bowiem nieprawdopodobnym wyzwaniem i próbą dla całych pokoleń.

ks. Jacek Grzybowski

Grafika: Michał Strachowski

---

[1] Powstaje coraz więcej prac dokumentujących zmiany mentalne, kulturowe, cywilizacyjne i obyczajowe związane z upowszechnianiem wśród dzieci i młodzieży technologii, która oducza skupienia, wysiłku relacji i kontaktu z innymi ludźmi. Zob. szerzej: Guy Debord, Społeczeństwo spektaklu, tłum. M. Kwaterko, Warszawa 2006; M. Spitzer, Cyfrowa demencja. W jaki sposób pozbawiamy rozumu siebie i nasze dzieci, tłum. A. Lipiński, Słupsk 2013; N. Carr, Płytki umysł. Jak Internet wpływa na nasz mózg, tłum. K. Rojek, Gliwice 2013; M. V. Weiss, Digital Dementia, Createspace Independent Pub 2014; B. Huddleston, Digital Cocaine: A Journey Toward iBalance, Christian Art Publishers 2016; Social Media and the Transformation of Interaction in Society, ed. J.P Sahlin, IGI Global 2015; M. Molęda-Zdziech, Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego, Warszawa 2013, s. 40-73.

[2] Por. K. Grabias, Zemsta symboli – zmierzch kulturowego postmodernizmu?, w: „Teologia Polityczna Co Tydzień", nr 56, Czy kultura jest lewicowa? Zob: http://www.teologiapolityczna.pl/karol-grabias-zemsta-symboli-zmierzch-kulturowego-postmodernizmu

[3] Por. B. Barber, Skonsumowani.Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli, tłum. H. Jankowska, Warszawa 2008, s. 33.

[4] Hikikomori – słowo powstałe w efekcie połączenia dwóch japońskich czasowników hiku – wycofywać się, rezygnować, odchodzić itp. oraz komoru – być w twierdzy i chronić się, pozostać w świątyni i modlić się,

wejść i ukryć się, być w środku i nie wychodzić. Hikikomori (a właściwie „shakaiteki hikikomori” , ang. „social withdrawal”, pl. „wycofanie społeczne”) – sytuacja, w której dana osoba prawie cały czas, bez przerwy przebywa w domu nie kontaktując się ze społeczeństwem, a trwa to przez okres dłuższy niż 6 miesięcy. Trudno jest w takiej sytuacji rozpoznać chorobę psychiczną. Zdarza się, że niektórzy dotknięci tym stanem cierpią z powodu zaburzeń i chorób psychicznych, lecz są one z reguły powodowane długotrwałym życiem poza obszarem społecznych interakcji oraz prowadzeniem specyficznego stylu życia. Zob. S. Kozak, Patologia cyfrowego dzieciństwa i młodości: przyczyny, skutki, zapobieganie w rodzinach i w szkołach, Warszawa 2014.

[5] Robert K. Logan, fizyk i ekolog mediów pokazuje, że wszystkie media są przedłużeniem jakiejś ludzkiej umiejętności, psychicznej bądź fizycznej. Zmiany zachodzące w technologii mają charakter organicznej ewolucji, ponieważ wszystkie odmiany techniki są przedłużeniem fizycznego bytu człowieka. Zob. M. McLuhan, Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka, tłum. N. Szczucka, Warszawa 2004, s. 248; R. K. Logan, McLuhan przedłużony i Teza Umysłu Rozszerzonego (EMT), tłum. E. Bodal, „Avant”, nr 2 (2013), vol. IV, s. 260-271; A. Clark, Natural-Born Cyborgs, Oxford University Press, New York 2003.

[6] Problematyka wpływu mediów społecznościowych na ludzką populację jest już dość rzetelnie i dobrze opisana. Zob. szerzej: Ch. Fuchs, Social Media: A Critical Introduction, London 2013; J. van Dijck, The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media, Oxford University Press, 2013; A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites, ed. Z. Papacharissi, New York 2010; Identity Technologies: Constructing the Self Online, ed. A. Poletti, J. Rak, University of Wisconsin Press 2014; Ch. Lasch, The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations, W. W. Norton & Company 1991; J. D. Peters, The Marvelous Clouds: Toward a Philosophy of Elemental Media, University of Chicago Press 2015; A. Badiou, N. Truong, In Praise of Love, trans. P. Bush, Glasgow 2012, s. 5-12;R. Kearney, Losing Our Touch, „The New York Times”, 08.31.2014, s. SR4.

[7] Por. S. E. Flores, Sfejsowani. Jak media społecznościowe wpływają na nasze życie, emocje i relacje z innymi, tłum. K. Mojkowska, Warszawa 2017; R. K. Logan, The Sixth Language: Learning a Living in the Internet Age, Blackburn Press, Toronto 2004; R. K. Logan, The Extended Mind: The Emergence of Language, the Human Mind, and Culture, University of Toronto Press 2008.

[8] Por. P. C. Vitz, Psychologia jako religia. Kult samouwielbienia, tłum. P. O. Żylicz, Ł. Nowak, Warszawa 2002, s. 66-75.

[9] Zob. J. Galarowicz, Szczęście na manowcach. Liberalizm – hedonizm – selfizm, Kęty 2017, s. 148-149; G. Harrison, Wielkie ego. O obsesji budowania poczucia własnej wartości, tłum. K. Brykner, Poznań 2014; A. Workowski, Samowiedza i bycie sobą, „Kwartalnik Filozoficzny", nr 3 (2014), s. 63.