

**Katarzyna Gajlewicz-Korab**

Uniwersytet Warszawski

ORCID: 0000-0002-4900-2854

## **Francuski model edukacji medialnej i informacyjnej. Krytyczna analiza szans i zagrożeń**

### **Streszczenie**

Francuski model edukacji medialnej i informacyjnej jest dobrze rozwinięty. Jego podstawą jest polityka edukacyjna i kulturalna rządu Republiki Francuskiej. Działania te mają charakter aktywności scentralizowanej i zetatyzowanej. Aby jednak skutecznie ocenić szanse i zagrożenia związane z ich efektywnością, trzeba osadzić analizę w koncepcji kultur medialnych oraz różnorodności w mediach. Dodatkowo trzeba wziąć pod uwagę dynamicznie zmieniający się świat mediów. Analizie zostały poddane podstawy działania edukacji medialnej i informacyjnej we Francji (EMI), a także jej elementy, takie jak podmioty odpowiedzialne za tę politykę, sposób jej oddziaływania, odbiorcy tej polityki. Na podstawie tak określonego problemu badawczego analizowanego na podstawie koncepcji wykazano, że francuski model istnieje sprawnie, ale wymaga redefinicji w zakresie priorytetów oraz odbiorców. Owa rewizja działań jest głównie spowodowana sytuacją społeczno-polityczną we Francji, której EMI zdaje się nie uwzględniać.

**Słowa kluczowe:** Francja, kultury medialne, edukacja medialna, francuski model edukacji medialnej, francuskie media.

### **The French model of media and information education. A critical analysis of opportunities and risks**

### **Abstract**

The French model of media and information education is well developed. Its basis is the educational and cultural policy of the government of the French Republic. These activities have the character of centralised and statified activity. However, in order to effectively assess the opportunities and risks associated with their effectiveness, it is necessary to embed the analysis in the concept of media cultures and diversity in the media. In addition, the dynamically changing media world must be taken into account. The foundations of media and information education in France (EMI) are analysed, as well as its elements such as, the actors responsible for this policy, the way it is influenced, the recipients of this policy. The research problem thus defined, analysed on a conceptual basis, has shown that the French model exists efficiently, but needs to be redefined in terms of priorities and audiences. This redefinition of activities is mainly due to the socio-political situation in France, which EMI does not seem to take into account.

**Keywords:** France, media cultures, media education, French media education model, French media.

## Wprowadzenie

Francja jest krajem, w którym od lat brano pod uwagę konieczność monitorowania kompetencji medialnych społeczeństwa. Szeroko pojęta edukacja jest jednym z istotniejszych elementów francuskiej polityki, szczególnie społecznej, biorąc pod uwagę rozwarstwienie i różnice kulturowe widoczne wśród rdzennych i napływowych mieszkańców Francji. Problem integracji, dostosowania się ludności napływowej (a nawet tej, która żyje we Francji od trzech pokoleń) jest nadal punktem „zapalnym”. Być może to wpływa na fakt, że system oświaty (zajmujący się strategią i rozwojem edukacji medialnej) jest najbardziej scentralizowany w Europie, mimo reformy konstytucyjnej z 2003 roku, kiedy to część kompetencji przekazano władzom lokalnym<sup>1</sup>. Może to oznaczać, że szeroko pojęta edukacja jest nie tylko istotna dla społeczeństwa pod względem podnoszenia kompetencji, powiększania świadomości, lecz także ma wymiar polityczny, ekonomiczny i kulturowy. Problemy migracyjne, asymilacyjne, tożsamościowe powodują, że dostęp do edukacji i jej wymiary mogą mieć różny kształt<sup>2</sup>.

W medioznawstwie coraz istotniejszą rolę odgrywają kultury medialne definiowane różnorodnie. Jedną z podstaw zrozumienia, czym są kultury medialne, jest znajomość ewolucji mediów, szczególnie w kontekście technologicznym, istotnie wpływającym na sposób konsumowania mediów, mentalność, a co za tym idzie – aktywność społeczną. Media wychodzą poza granice geograficzne, tworząc enklawy<sup>3</sup>, trudno jest je zatem definiować jako systemy medialne bazujące głównie na teoriach i podstawach politologicznych oraz ekonomicznych. Już w 2014 roku Peter Gross stwierdził, że:

[...] Ograniczenia istniejących teorii systemów mediów wydają mi się całkiem jasne: brak w nich elementu ludzkiego. Brak im, używając języka Habermasa, zakotwiczenia ich mechanizmów w kulturowych „światach społecznych” – tych, które utrzymują funkcjonowanie systemu, czy to politycznego, ekonomicznego, czy mediów. Wszystkie systemy i instytucje, bez względu na ich architekturę czy głoszone oficjalnie cele i funkcje, dotyczą ludzi i grup ludzi. Elity w szczególności wpływają na sposób funkcjonowania systemów i instytucji, wpływają one na ich naturę, cele oraz rodzaj relacji, jakie się rozwijają pomiędzy systemami i instytucjami. [...]<sup>4</sup>

Zasadne zatem wydaje się rozważanie modelu edukacji medialnej we Francji w kontekście kultur medialnych, nie zaś systemów medialnych. W przypadku Francji elementem determinującym charakter mediów tego kraju jest społeczny i kulturowy

<sup>1</sup> D. Dziewulak, *Podstawy prawne i organizacja systemu szkolnictwa we Francji z uwzględnieniem wpływu ministra edukacji na działalność szkół publicznych i prywatnych*, „Zeszyty Prawnicze BAS” 2022, nr 1(73), s. 42.

<sup>2</sup> Zwraca na to uwagę między innymi Renata Matusiak: *eadem*, *Edukacja medialna we Francji*, „Kultura, Media, Teologia” 2020, nr (40)1, s. 29.

<sup>3</sup> M. Golka, *Mała ontologia enklaw* [w:] *Enklawy życia społecznego*, red. L. Gołdyka, I. Machaj, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007, s. 25.

<sup>4</sup> M. Głowacki, *Kultura i systemy medialne: wywiad z Peterem Grossem*, European Journalism Observatory, <https://pl.ejo-online.eu/dziennikarstwo-polityczne/kultura-systemy-medialne-wywiad-peterem-grossem>, (dostęp: 12.10.2023).

kontekst<sup>5</sup>. Nawet Paolo Mancini uważał, że media należy teraz badać z uwzględnieniem „czynnika ludzkiego”, zwanego szerzej kontekstem społecznym<sup>6</sup>. Właśnie kompozycja społeczno-demograficzna mieszkańców Francji wraz z uwzględnieniem aspektów wartości, postaw, poglądów i sposobu rozumowania tych grup powinna stanowić podstawę do rozważań na temat edukacji medialnej, biorąc pod uwagę koncepcję różnorodności. Jednocześnie system edukacji medialnej jest bardzo rozwinięty, jednak zmieniający się świat mediów stanowi dla niego wyzwanie.

## Przedmiot i cel badań

Przedmiotem badania jest francuski model edukacji medialnej, który jest jednym z bardziej rozwiniętych w Europie. Renata Matusik podkreśla nawet, że jest to charakterystyczne dla krajów wysokorozwiniętych (państw Europy), a Francja obok Islandii, Finlandii, Norwegii, Wielkiej Brytanii stanowi jeden z przykładów dobrych praktyk w tym zakresie<sup>7</sup>. Dodatkowo to Francja od wielu lat jest europejskim liderem w obszarze dbania o ochronę dzieci i młodzieży, co było widoczne między innymi w okresie francuskiej prezydencji w Radzie Unii Europejskiej<sup>8</sup>.

Celem artykułu jest analiza tego modelu na podstawie koncepcji kultur medialnych rozumianych jako „jako zbiór wartości, przekonań i postaw przyjmowanych przez elity polityczne, ekonomiczne i medialne, z których krystalizuje się sposób funkcjonowania systemu mediów, ich natura i relacje”<sup>9</sup>. Boćkowski zauważa sposób rozumienia kultury medialnej do stwierdzenia:

[...] jest to bez wątpienia kultura społeczna budowana przy użyciu mediów, kreowana przez media i w wielu przypadkach specjalnie pod te media ewoluująca. Jest wielowątkowa, wymyka się opisowi, gdyż pokolenia ją definiujące są niekompatybilne z pokoleniami, które zmieniają i przetwarzają kulturę społeczną na system danych zrozumiałych nieraz wyłącznie dla nich samych<sup>10</sup>.

<sup>5</sup> K. Gajlewicz-Korab, *Media we Francji w kontekście czwartej rewolucji przemysłowej* Klausa Schwaba. Wybrana problematyka. „Media Biznes Kultura” 2020, nr 2(9), s. 11, <https://www.ejournals.eu/MBK/2020/2-2020/art/18360/>, (dostęp: 19.10.2023).

<sup>6</sup> P. Mancini, *Media Systems in Central and Eastern Europe: Between Institutionalism and Culture* [Wystąpienie na konferencji „Central European Journal of Communication – 10 Years On”, Wrocław, 19.11.2018].

<sup>7</sup> R. Matusiak, *Edukacja medialna we Francji...*, s. 28.

<sup>8</sup> K. Groszkowska, *Francuska prezydencja w Radzie Unii Europejskiej*, „Opinie i Analizy Instytutu de Republica”, nr 13(15), <https://iderepublica.pl/nauka/opinie-i-analizy/francuska-prezydencja-w-radzie-unii-europejskiej/>, (dostęp: 12.10.2023).

<sup>9</sup> M. Głowacki, *Kultura i systemy medialne: wywiad z Peterem Grossem...*

<sup>10</sup> D. Boćkowski, *Współczesna kultura medialna jako narzędzie projekcji radykalizmów (na przykładzie zjawiska cyber-dżihadu)* [w:] *Kultura w Polsce w XXI wieku: konteksty społeczne, kulturowe i medialne*, red. E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń, M. Zaniewska, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2020, s. 216.

Obie próby zdefiniowania tego pojęcia przysłużą się analizowaniu francuskiego modelu edukacji medialnej. Różnice w definiowaniu pojęcia wynikają z innych perspektyw badawczych: pierwsza jest medioznawcza, druga – kulturoznawcza. Obie perspektywy mają znaczenie dla tej analizy.

## Pytania badawcze i hipoteza

Analiza przedmiotu i lektura literatury z nią związanej pozwoliła na zadanie kilku pytań badawczych:

[P1]: Czym jest we Francji edukacja medialna?

[P2]: Do kogo jest kierowana?

[P3]: Jakie są podmioty realizujące strategię i sposoby działania w zakresie edukacji medialnej?

[P4]: Jak funkcjonuje francuski model edukacji medialnej w zróżnicowanym społeczeństwie francuskim?

[P5]: Czy model ten jest nastawiony na globalność, czy tylko na krajowy zasięg oddziaływania mediów? Czy może to mieć znaczenie dla kultury medialnej we Francji?

Zarówno określenie przedmiotu badań, celu, jak i zadanie kilku pytań badawczych pozwoliło na postawienie hipotez:

[H1]: Francuska edukacja medialna jest rozbudowanym systemem działającym w praktyce i w teorii (liczne badania).

[H2]: Analizując model edukacji medialnej w kontekście różnorodności kulturowo-społecznej, widoczne są zagrożenia wymagające rewizji strategii.

## Model edukacji medialnej we Francji

Zdaniem Alexandra Fedorova, na którego powołuje się Grzegorz Ptaszek, Francja jest uważana za prekursora edukacji medialnej, kiedy to w latach 20. XX wieku intensywnie edukowano młodzież w zakresie kinematografii<sup>11</sup>. Rozwój mediów, technologii, zmiany kulturowe oraz społeczne spowodowały, że dziś Francja rozwinęła swój model, przekształcając go w edukację medialną i informacyjną (*Éducation aux médias et à l'information*, EMI). Państwo Francuskie jest silnie zaangażowane w rozwój tej dyscypliny, a na stronie Francuskiego Ministerstwa Oświaty możemy przeczytać, że:

Poprzez edukację medialną i informacyjną (EMI) uczniowie uczą się, jak stać się odpowiedzialnymi obywatelami w społeczeństwie charakteryzującym się zwielokrotnionym i przyspieszonym przepływem informacji. Rozwijają swoje zdolności krytyczne i są w stanie

---

<sup>11</sup> G. Ptaszek, *Edukacja medialna 3.0. Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019, s. 102.

działać w sposób świadomy, poszukując, otrzymując, produkując i rozpowszechniając informacje za pośrednictwem coraz bardziej zróżnicowanych mediów<sup>12</sup>.

Warto zwrócić uwagę, że choć edukacją medialną zajmuje się francuska oświata, to pewne jej elementy można dostrzec także w działaniach ministerstwa kultury, choć zdecydowanie mniej rozwinięte. Wydaje się, że jest to celowa strategia polityki francuskiej, której priorytetem są przyszłe pokolenia. Oba resorty podejmują działania wspólne, nie są one jednak transparentne w zakresie działania, podziału kompetencji, a przede wszystkim finansowania. Zdecydowanie większa aktywność po stronie oświaty wynika z faktu, że edukacja medialna stanowi czwarty z siedmiu filarów podstawy programowej (jest także elementem szóstej w zakresie kompetencji społecznych i obywatelskich)<sup>13</sup>. Nie można jednak zapominać, że o konieczności edukowania całego społeczeństwa Francja przypomniała sobie w momencie zagrożeń terrorystycznych, jakie miały miejsce w ostatnim dziesięcioleciu, szczególnie zaś po zamachu w Bataclan 13 listopada 2015 roku. Miało to duże znaczenie, ponieważ terroryści posługiwali się komunikatorami (na które francuskie służby publiczne nie były przygotowane technologicznie), a także ze względu na liczne *fake newsy* krążące w sieci (one doprowadziły do kontrowersji społecznych wynikających poniekąd z rozwarstwienia narodowościowo-etnicznego we Francji). To spowodowało, że Ministerstwo Kultury rozpoczęło starania o edukację medialną, stwierdzając:

W społeczeństwie przekształconym przez cyfrowe ekosystemy i zakłóconym przez kryzysy, które przyczyniają się do bezprecedensowego rozprzestrzeniania się fałszywych informacji i teorii spiskowych, wdrożenie polityki edukacji medialnej i informacyjnej skierowanej do wszystkich grup społecznych ma fundamentalne znaczenie dla Ministerstwa Kultury<sup>14</sup>.

## Francuski model edukacji medialnej – oświata

Model edukacji medialnej we Francji wynikający z założeń Ministerstwa Oświaty ma za zadanie rozwijanie wiedzy, postaw, ale także umiejętności. Jak podkreśla Renata Matusiak, nabywanie tych kompetencji w procesie edukacji nie wynika z programowego przedmiotu edukacji medialnej (takiego system szkolnictwa nie przewiduje), ale – co wydaje się słuszniejsze [przyj. K.G.-K.] – jest wynikiem holistycznego podejścia i umiejętności nabywanych podczas realizacji różnych projektów w ramach innych zajęć. Co więcej, proces ten kończy się wydaniem odpowiedniego certyfikatu „B2i” na każdym poziomie nauczania, zatem jest to proces poddawany weryfikacji<sup>15</sup>.

<sup>12</sup> *Éducation aux médias et à l'information*, EDUSCOL, <https://eduscol.education.fr/1531/education-aux-medias-et-l-information>, (dostęp: 14.10.2023).

<sup>13</sup> R. Matusiak, *Edukacja medialna we Francji...*, s. 32.

<sup>14</sup> *Éducation aux médias et à l'information*, <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Education-aux-medias-et-a-l-information> (dostęp: 14.10.2023).

<sup>15</sup> R. Matusiak, *Edukacja medialna we Francji...*, s. 32–33.

Realizacja polityki związanej z edukacją medialną z ramienia francuskiego ministerstwa oświaty zajmuje się Le CLEMI (*Centre pour l'éducation aux médias et à l'information*). Instytucja założona jeszcze w latach 80. ubiegłego wieku miała za zadanie ochronę dzieci i młodzieży przed wrażliwymi treściami dystrybuowanymi przez media. Współcześnie ma konkretne zadania do spełnienia, pozostające nadal w zgodzie z pierwotnymi założeniami: szkolenie nauczycieli (1 i 2 poziom, wszystkie przedmioty) i trenerów/edukatorów; tworzenie i dystrybucja materiałów wspierających inicjatywy z uczniami, od przedszkola do szkoły średniej; inicjatywy w zakresie edukacji medialnej i informacyjnej skierowane do rodzin (przewodnik, zestaw warsztatowy, serial telewizyjny itp.); doradztwo i ekspertyzy we Francji oraz na arenie międzynarodowej; organizowanie wydarzeń, programów i konkursów dotyczących umiejętności korzystania z mediów i informacji oraz moderowanie sieci koordynatorów akademickich<sup>16</sup>. Najważniejszą kompetencją jest tworzenie programu i strategii w zakresie edukacji medialnej. Co istotne, CLEMI zajmuje się także współpracą z „ludźmi mediów”, co pokazuje, że instytucja zdaje sobie sprawę z istoty wychodzenia poza granicę tradycyjnego myślenia o edukacji i patrzy na edukowanie młodzieży, także w wymiarze ich aktywności pozaszkolnych.

Ponadto elity w postaci polityków podejmują działania na rzecz edukacji medialnej dla młodych ludzi. Właśnie czynnik społeczny jest tu kluczowym elementem, determinującym kierunek rozwoju mediów i kształtowania kompetencji społecznych z tym związanych. Niemniej Francja jest państwem scentralizowanym również w zakresie kreowania polityki, stąd większość inicjatyw ma charakter rządowy. Co interesujące, do większej aktywności w sieci, ale rozumianej jako miejsce na rozwój i podejmowanie nowych inicjatyw młodych ludzi, zachęcają właśnie politycy. Dodatkowo, obok elit politycznych i medialnych, w niewielkim zakresie są widoczne inicjatywy trzeciego sektora, które są skierowane na niszowe elementy kształcenia, jak na przykład oddziaływanie reklam itd.<sup>17</sup>.

## Francuski model edukacji medialnej – kultura

Ministerstwo Kultury, obok Ministerstwa Oświaty, jest drugim ważnym podmiotem wpływającym na model francuskiej edukacji medialnej i informacyjnej (EMI). Warto zwrócić uwagę, że EMI we Francji odnosi się do edukowania w sferze mediów, ale także szeroko pojętej informacji, co znacznie poszerza zakres działania. Od 2015 roku resort kultury wspiera rozwój edukacji medialnej i informacyjnej dla wszystkich odbiorców, młodzieży i dorosłych we wszystkich regionach. Trzeba zatem podkreślić dużo szerszy zasięg oddziaływania niż w przypadku oświaty, widoczne są tu bowiem aktywności skierowane do różnych grup demograficzno-społecznych. Ministerstwo Kultury dodatkowo po 2018 roku zintensyfikowało swoje działania, mobilizując zwiększone zasoby

<sup>16</sup> CLEMI, <https://www.clemi.fr/fr/qui-sommes-nous.html> (dostęp: 14.10.2023).

<sup>17</sup> Szerzej: R. Matusiak, *Edukacja medialna we Francji...*, s. 36.

finansowe i wdrażając plan edukacji medialnej<sup>18</sup>. Na ich stronie jest podana konkretna kwota ośmiu milionów euro przeznaczonych na działania (ale nie wyszczególniono, co dokładnie jest z tego finansowane).

Ministerstwo ma szeroki wachlarz propozycji mających na celu intensyfikację aktywności w zakresie EMI, szczególnie dotyczących zmieniającego się świata cyfrowego:

- naukę lokalizowania źródła informacji oraz zrozumienia ich wpływów na społeczeństwo;
- dekonstrukcja teorii spiskowych;
- zwalczanie nienawistnych treści;
- rozwój krytycznego myślenia.

Działania są koordynowane zarówno na poziomach regionalnych, jak i na poziomie centralnym. Takie odejście od scentralizowanego sposobu zarządzania edukacją medialną i informacyjną we Francji może stanowić ogromny plus, biorąc pod uwagę specyfikę problemów w poszczególnych regionach. Nadal jednak większość działań tego resortu jest skierowanych do osób młodych, szczególnie, że jedna ze strategii zakłada edukację w kulturze cyfrowej, z uwzględnieniem roli autorytetów i wiarygodności dystrybuowanych w tej kulturze treści.

Działania w dziedzinie kultury na rzecz edukacji medialnej i informacyjnej są bardzo licznie reprezentowane w projektach koordynowanych przez ministerstwo. Z jednej strony projekty te są bardzo merytoryczne, polegające na przekazywaniu treści i kształceniu umiejętności, jak na przykład projekt: *You Verify!* (zestaw zasobów edukacyjnych do zwalczania dezinformacji w internecie przekazywanych za pomocą obrazów i filmów, oparty na narzędziu InVID opracowanym przez AFP). Z drugiej strony resort kultury mający pod swoją opieką media francuskie mobilizuje media krajowe i regionalne (publiczne w szczególności) do podejmowania aktywności w tej dziedzinie. Widoczne jest to w ofercie działań Radio France, France Inter, France Télévision itd. Ponownie, zaangażowanie to dotyczy mediów nie tylko ogólnokrajowych, lecz także regionalnych.

## **Krytyczne elementy francuskiego modelu edukacji medialnej i informacyjnej**

Absolutnie niezbędne w dyskusji nad EMI we Francji wydaje się dostrzeżenie nowego otoczenia medialnego wynikającego z postępu technologicznego. Zdaniem Pasquiera czynniki takie jak płeć, pochodzenie społeczne, wykształcenie, a nawet kultura religijna wpływają na nasze relacje z mediami, zarówno starymi, jak i nowymi. Te prawidłowości są zbyt często pomijane w pracach nad nowymi technologiami, gdzie młodzi ludzie są traktowani jako grupa, tak jakby ich kategoria wiekowa była wystarczająca, aby ich połączyć<sup>19</sup>. Co więcej, są także inne problemy, takie jak braki rozumienia

<sup>18</sup> *Education aux médias et à l'information...*

<sup>19</sup> D. Pasquier, *Cultures juvéniles à l'ère numérique*, „Réseaux” 2020, Vol. 222, No. 4, s. 9–20.

sposobu funkcjonowania mediów przez seniorów, bowiem według badania Science Advances opublikowanego w 2019 roku, osoby w wieku 65 lat i starsze „udostępniają na platformach dwa razy więcej fałszywych artykułów niż osoby w wieku 45–65 lat, a nawet siedem razy więcej” niż osoby w wieku 18–29 lat<sup>20</sup>. Znowu, wyniki pokazują seniorów jako jedną grupę, stygmatyzując ją poniekąd, podczas gdyby w analizie uwzględnić czynnik społeczny, stanowiłby one lepszą podstawę do dalszych działań.

To, co jest swojego rodzaju zagrożeniem, luką w badaniach i działaniach związanych z EMI we Francji, to skupienie się na grupach społecznych, ale dzielonych pokoleniowo, a co więcej, koncentrowanie się praktycznie tylko na pokoleniu młodych. Poniekąd trend ten wydaje się słuszny, biorąc pod uwagę przyszłościowe myślenie o problemie. Lecz badania przeprowadzone przez Julię Boyadjiana pokazały, że w sferze edukacji medialnej młodych ludzi popełnia się mnóstwo błędów systemowych, szczególnie, jeżeli nie uwzględnia się ich pochodzenia, przekonań, miejsca zamieszkania i różnorodnej, nawet mimo jednego wieku, mentalności. Stwierdzono, że:

- pochodzenie społeczne badanych młodych ludzi silnie modyfikuje ich relacje z uniwersami kulturowymi<sup>21</sup>;
- obalony zostaje mit jedynego wpływu sieci społecznościowych i ich roli w pozyskiwaniu informacji; udowodniono, że konsumpcja wiadomości telewizyjnych pozostaje szczególnie wysoka wśród młodych ludzi ze środowisk robotniczych<sup>22</sup>;
- za pośrednictwem „infomediów” (głównie Google i Facebooka, a w znacznie mniejszym stopniu Twittera) respondenci docierają do stron prasowych (informacje za pośrednictwem cyfrowych sieci społecznościowych nie mają monopolu i są w dużym stopniu zależne od algorytmów pośredników)<sup>23</sup>;
- młodzi ludzie pochodzący z klasy robotniczej lub niższej klasy średniej są bardziej skłonni do niedoinformowania niż do dezinformacji<sup>24</sup>. To odzwierciedla obserwację Schradiego, że deficyt uczestnictwa online jest wyraźnie skorelowany z poziomem wykształcenia<sup>25</sup>.

Bardzo duże znaczenie dla dyskusji nad modelem francuskiej edukacji medialnej ma umiejscowienie jej w koncepcji różnorodności w mediach. Zajmowała ona zawsze ważne miejsce w badaniach nad komunikacją i dziennikarstwem. Wspominany rozwój nowych technologii przyczynił się do zintensyfikowania badań w tym kierunku, ponieważ możliwości komunikacji online doprowadzają do transformacyjnej, zdecentralizowanej

<sup>20</sup> *Le CSA préconise de renforcer les actions d'éducation aux médias auprès des adultes*, „Le Monde”, [https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2021/11/18/le-csa-preconise-de-renforcer-les-actions-d-education-aux-medias-aupres-des-adultes\\_6102554\\_3236.html](https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2021/11/18/le-csa-preconise-de-renforcer-les-actions-d-education-aux-medias-aupres-des-adultes_6102554_3236.html) (dostęp: 19.20.2023).

<sup>21</sup> J. Boyadjian, *Désinformation, non-information ou sur-information? Les logiques d'exposition à l'actualité en milieu étudiants*, „Réseaux” 2020, Vol. 222, No. 4, s. 21–52.

<sup>22</sup> *Ibidem*.

<sup>23</sup> *Ibidem*.

<sup>24</sup> *Ibidem*.

<sup>25</sup> J. Schradie, *The digital production gap: the digital divide and web 2.0 collide*, „Poetics” 2011, No. 39(2), s. 145–168.

i zróżnicowanej wymiany informacji online<sup>26</sup>. Różnorodność kulturowa ma także istotne znaczenie dla edukacji medialnej w kontekście zagrożeń płynących ze zjawiska baniek filtrujących/medialnych, a badania nad tym zjawiskiem prowadził w 2011 roku Eli Pariser<sup>27</sup>. Współcześnie może się już wydawać pewnego rodzaju truizmem stwierdzenie Denisa McQuila, że różnorodność mediów odgrywa ważną rolę dla demokracji<sup>28</sup>. Niestety widać też duże zagrożenia z tego wynikające w postaci fragmentacji społeczeństwa<sup>29</sup>, co można wyraźnie obserwować we Francji po ZUS (Zones urbaines sensibles<sup>30</sup>), polaryzacji<sup>31</sup> i rozprzestrzeniania się fałszywych informacji<sup>32</sup>.

Różnorodność kulturowa jest jednym z kluczowych działań UNESCO, które odnosi ją „[...] do stopnia, w jakim media dokładnie odzwierciedlają różnorodność kulturowych, społecznych i politycznych perspektyw na kwestie i opinie tych populacji w treściach redakcyjnych”<sup>33</sup>. Aby jednak realizować te założenia, trzeba mieć na uwadze rozwarstwienie społeczne, a wspomniane ZUS stanowią duże wyzwanie dla edukacji medialnej i informacyjnej we Francji ze względu na odmienną społeczno-kulturową jej mieszkańców i brak różnicowania edukowania w konsumowaniu mediów w tych dzielnicach. Dzielnice wrażliwe charakteryzują się wieloma cechami, które powodują, że wobec nich powinna być stosowana odmienna polityka. Należą do nich między innymi: endemiczne bezrobocie, ubóstwo, młodzi ludzie porzucający szkołę, ludność bez kwalifikacji, niepewność zatrudnienia, zależność od pomocy społecznej. To sprawia, że model francuskiej EMI należałoby zrewidować, szczególnie, że duża część mieszkańców tych stref w wieku szkolnym nie wypełnia tego obowiązku<sup>34</sup>. Ponadto jest to istotny problem społeczny, ponieważ liczba populacji ZUS stanowi około 7% ludności Republiki Francuskiej<sup>35</sup>. Oprócz tego w tych dzielnicach mieszkają głównie ludzie

<sup>26</sup> L. Bennett, *New Media Power: The Internet and Global Activism* [w:] *Contesting Media Power*, eds. N. Couldry, J. Curran, New York Rowman & Littlefield Publishers Inc, New York 2003, s. 17–37.

<sup>27</sup> E. Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Books, London 2011.

<sup>28</sup> D. McQuail, *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, Newbury Park, London 1992.

<sup>29</sup> M. Levendusky, *How Partisan Media Polarize America*, Midwest Political Science Association, Chicago 2013.

<sup>30</sup> ZUS, *Zone Urbaines Sensibles*, <https://sig.ville.gouv.fr/atlas/ZUS> (dostęp: 17.10.2023).

<sup>31</sup> N.J. Stroud, *Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure*, „Political Behavior” 2008, No. 30(3), s. 341–366.

<sup>32</sup> G.L. Ciampaglia, *Fighting Fake News: A Role for Computational Social Science in the Fight against Digital Misinformation*, „Journal of Computational Social Science” 2018, No. 1(1), s. 147–153.

<sup>33</sup> *Media Diversity*, <https://www.unesco.org/en/media-pluralism-diversity/media-diversity>, (dostęp: 19.10.2023).

<sup>34</sup> P. Carcenac, *Chômage, jeunesse inactive, aides sociales... 800 cités sensibles passées à la loupe dans toute la France*, « Le Figaro », <https://www.lefigaro.fr/conjoncture/quels-sont-les-quartiers-les-plus-touchees-par-la-misere-800-cites-sensibles-passees-a-la-loupe-20230505> (dostęp: 19.10.2023).

<sup>35</sup> Ostatnie badania robione były w 2010 roku, dane pochodzą jednak z 2006 roku: *La population des zones urbaines sensibles*, L'Institut national de la statistique et des études économiques, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1280948#menu> (dostęp: 19.10.2023).

młodzi w wielodzietnych rodzinach, a wśród tej grupy wiekowej bezrobocie wynosi ponad 50%<sup>36</sup>. Dodatkowo zwraca się uwagę, że ludność tam zamieszkująca pochodzi głównie z klasy robotniczej, której rodziny zostały tu osiedlone w latach 50. i 60. ubiegłego wieku, kiedy Francja masowo zapraszała do pracy ludność z innych państw (głównie regiony Marghrebu), aby wypełnić bezrobocie w przemyśle. Współcześnie robotyzacja i cyfryzacja przemysłu spowodowały zamykanie miejsc pracy, a ludzie pozostający w tych miejscach mieli poczucie pewnej „segregacji społecznej”. Na tym tle powstała kultura ZUS, odmienna od kultur medialnych charakterystycznych dla reszty społeczeństwa<sup>37</sup>.

Poza ZUS we Francji żyje wiele społeczności imigranckich czujących silny związek z krajem pochodzenia. Model francuskiej edukacji medialnej w dobie globalizacji i cyfryzacji, oddziaływania mediów na odległość, wydaje się nie uwzględniać konsumowania treści pochodzących z innych kultur medialnych, szczególnie tych przekraczających granice. Trzeba pamiętać, że dostęp do tych treści jest szczególnie ułatwiony. Zjawiska takie jak propaganda, manipulacja, fake newsy mogą być silniej obecne w ofercie mediów państw skonfliktowanych z Francją, a to może prowadzić do napięć społecznych w Republice. Wyzwaniem dla EMI wydaje się zatem kontekst komunikowania międzykulturowego.

## Zakończenie

Francuski model edukacji medialnej i informacyjnej nie jest idealny. Jest to wniosek o tyle istotny, że wiele państw po transformacji ustrojowej nasładowało francuskie rozwiązania w dziedzinie mediów, w tym Polska. Ponadto wejście Republiki Francuskiej w nowy wiek było dla tego kraju trudne ze względu na zmieniającą się rzeczywistość na świecie (słaba pozycja Francji traktowanej jako mocarstwo<sup>38</sup>), ale przede wszystkim z powodu napięć społecznych, jakie nasiliły się po 2005 roku (długofalowe błędy związane z polityką imigracyjną oraz asymilacją ludności i ich dzieci przybyłej do Francji po II wojnie światowej).

Model EMI we Francji jest jednak bardzo rozwinięty. Jest osadzony w polityce państwowej i zajmuje od lat stałe miejsce w procesie edukacji na różnych jej etapach. Tym, co warto uznać za szansę na dalsze powodzenie tego modelu, jest przede wszystkim fakt, że jej elementy są przedmiotem działań różnych sektorów rządu francuskiego, nie tylko oświaty. Analizowany resort kultury stawia EMI jako jeden z priorytetów swoje aktywności. W mniejszym stopniu udział w tym mają także inne działania rządu francuskiego, które powodują, że EMI wydaje się dostosowywana do zmieniającej się rzeczywistości, a jedną z nich jest szeroko pojęta digitalizacja. Centralizacja działań i ich

<sup>36</sup> *Ibidem*.

<sup>37</sup> P. Carcenac, *Chômage, jeunesse inactive, aides sociales...*

<sup>38</sup> S. Parzymies, *Czy Francja jest jeszcze wielkim mocarstwem?*, blog, <https://vistula.edu.pl/wiadomosci/francja-jeszcze-wielkim-mocarstwem> (dostęp: 20.10.2023).

etatyzacja powoduje, że tak bardzo aktywny w Polsce w tej dziedzinie trzeci sektor, we Francji ma marginalny zasięg oddziaływania, bo nie ma aż tak dużej potrzeby.

Analiza wykazała, że tak funkcjonujący model EMI wiąże się też z pewnymi zagrożeniami. Najważniejszym z nich jest zbyt mała dbałość o osoby w pewnym stopniu wykluczone społecznie. Z jednej strony są to grupy seniorskie, które, podobnie jak w innych krajach, nie nabyły w procesie kształcenia kompetencji medialnych i współczesne ich używanie (szczególnie zdigitalizowanych mediów) może być dla nich niebezpieczne. Jest to jednak sytuacja, która wydaje się przedmiotem troski we Francji, lecz jej efektywność nadal nie jest duża. Z drugiej strony analiza wykazała ogromny problem z edukowaniem w tym zakresie ludności, która stanowi drugie lub trzecie pokolenie imigrantów przybyłych do Francji w latach 50., 60., a nawet jeszcze 70. ubiegłego wieku. Brak przynoszącej efekty polityki asymilacyjnej doprowadził do bardzo dużej polaryzacji społecznej, wzajemnej niechęci autochtonów do tej ludności, a co za tym idzie – bezrobocia, biedy oraz braków w edukacji (w tym właśnie mniej świadomego sposobu konsumowania mediów). W takiej sytuacji państwo francuskie w zakresie EMI nie prowadzi szczególnej aktywności, a co ciekawe, taka aktywność w niewielkim stopniu jest widoczna ze strony samej społeczności, która integruje swoje wewnętrzne działania (lecz bez szczególnego wsparcia finansowego). Ten aspekt wymaga jednak szczególnej analizy i troski badaczy, stanowi bowiem duży problem nie tylko dla tej ludności, lecz także dla wszystkich Francuzów. Trzeba bowiem zaznaczyć, że wiele niebezpiecznych sytuacji w dużych miastach Francji (podpalenia samochodów, ataki terrorystyczne itd.) miały właśnie swój początek w ZUS (dzielnicach wrażliwych), a dystrybucja treści z tym związanych, pełna manipulacji i fake newsów, odbywała się w sieci.

Aby ten model mógł być uznawany za wzorcowy, trzeba nie tylko nadążać za zmianami natury technologicznej. Zaawansowana cyfryzacja w przyszłości będzie wymagała zupełnie nowej mentalności, na którą polityka edukacyjna musi być przygotowana. Jednakże obok tych elementów, trzeba pamiętać, że kultury medialne z różnych państw się przenikają. Podstawowe wartości Republiki (wolność, równość, braterstwo) w wyniku zetknięcia z wielokulturowością muszą dostosować się do nowej epoki w ramach różnorodności w mediach, uwzględniając szeroko pojęty kontekst komunikowania międzykulturowego. Aby to zrobić, trzeba dobrze zbadać kultury medialne tego kraju, co wydaje się dzisiaj jedną z kluczowych luk badaczy francuskich.

## Bibliografia

- Bennett L., *New Media Power: The Internet and Global Activism* [w:] *Contesting Media Power*, eds. N. Couldry, J. Curran, New York Rowman & Littlefield Publishers Inc, New York 2003.
- Boćkowski B., *Współczesna kultura medialna jako narzędzie projekcji radykalizmów (na przykładzie zjawiska cyber-dżihadu)* [w:] *Kultura w Polsce w XXI wieku: konteksty społeczne, kulturowe i medialne*, red. E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń, M. Zaniewska, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2020.

- Boydjarian J., *Désinformation, non-information ou sur-information? Les logiques d'exposition à l'actualité en milieu étudiants*, „Réseaux” 2020, Vol. 222, No. 4, s. 21–52.
- Carcenac P., *Chômage, jeunesse inactive, aides sociales... 800 cités sensibles passées à la loupe dans toute la France*, „Le Figaro”, <https://www.lefigaro.fr/conjoncture/quels-sont-les-quartiers-les-plus-touchees-par-la-misere-800-cites-sensibles-passees-a-la-loupe-20230505> (dostęp: 19.10.2023).
- Ciampaglia G.L., *Fighting Fake News: A Role for Computational Social Science in the Fight against Digital Misinformation*, „Journal of Computational Social Science” 2018, Vol. 1(1), 147–153.
- CLEMI, <https://www.clemi.fr/fr/qui-sommes-nous.html> (dostęp: 14.10.2023).
- Dziewulak D., *Podstawy prawne i organizacja systemu szkolnictwa we Francji z uwzględnieniem wpływu ministra edukacji na działalność szkół publicznych i prywatnych*, „Zeszyty Prawnicze BAS” 2022, nr 1(73), s. 39–72.
- Éducation aux médias et à l'information*, EDUSCOL, <https://eduscol.education.fr/1531/education-aux-medias-et-l-information> (dostęp: 14.10.2023).
- Education aux médias et à l'information*, <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Education-aux-medias-et-a-l-information> (dostęp: 14.10.2023).
- Gajlewicz-Korab K., *Media we Francji w kontekście czwartej rewolucji przemysłowej Klaus Schwaba. Wybrana problematyka*, „Media Biznes Kultura” 2020, nr 2(9), s. 11, <https://www.ejournals.eu/MBK/2020/2-2020/art/18360/> (dostęp: 19.10.2023).
- Głowacki M., *Kultura i systemy medialne: wywiad z Peterem Grossem*, „European Journalism Observatory”, <https://pl.ejo-online.eu/dziennikarstwo-polityczne/kultura-systemy-medialne-wywiad-peterem-grossem> (dostęp: 12.10.2023).
- Golka M., *Mała ontologia enklaw [w:] Enklawy życia społecznego*, red. L. Gołdyka, I. Machaj, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007.
- Groszkowska K., *Francuska prezydencja w Radzie Unii Europejskiej*, „Opinie i Analizy Instytutu de Republica”, nr 13(15), <https://iderepublica.pl/nauka/opinie-i-analizy/francuska-prezydencja-w-radzie-unii-europejskiej/> (dostęp: 12.10.2023).
- La population des zones urbaines sensibles*, L'Institut national de la statistique et des études économiques, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1280948#menu> (dostęp: 19.10.2023).
- Le CSA préconise de renforcer les actions d'éducation aux médias auprès des adultes*, „Le Monde”, [https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2021/11/18/le-csa-preconise-de-renforcer-les-actions-d-education-aux-medias-aupres-des-adultes\\_6102554\\_3236.html](https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2021/11/18/le-csa-preconise-de-renforcer-les-actions-d-education-aux-medias-aupres-des-adultes_6102554_3236.html) (dostęp: 19.10.2023).
- Levendusky M., *How Partisan Media Polarize America*, Midwest Political Science Association, Chicago 2013.
- Mancini P., *Media Systems in Central and Eastern Europe: Between Institutionalism and Culture* [Wystąpienie na konferencji „Central European Journal of Communication – 10 Years On”, Wrocław, 19.11.2018].
- Matusiak R., *Edukacja medialna we Francji*, „Kultura, Media, Teologia” 2020, nr 1(40), s. 27–41.
- McQuail D., *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, Newbury Park, London 1992.
- Media Diversity*, <https://www.unesco.org/en/media-pluralism-diversity/media-diversity> (dostęp: 19.10.2023).
- Pariser E., *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Books, London 2011.

- Parzymies S., *Czy Francja jest jeszcze wielkim mocarstwem?*, blog, <https://vistula.edu.pl/wiadomosci/francja-jeszcze-wielkim-mocarstwem> (dostęp: 20.10.2023).
- Pasquier D., *Cultures juvéniles à l'ère numérique*, „Réseaux” 2020, Vol. 222, No. 4, s. 9–20.
- Ptaszek P., *Edukacja medialna 3.0. Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019.
- Schradie J., *The digital production gap: the digital divide and web 2.0 collide*, „Poetics” 2011, Vol. 39(2), s. 145–168.
- Stroud N.J., *Media Use and Political Predispositions: Revisiting the Concept of Selective Exposure*, „Political Behavior” 2008, Vol. 30(3).
- ZUS, *Zone Urbaines Sensibles*, <https://sig.ville.gouv.fr/atlas/ZUS> (dostęp: 17.10.2023), s. 341–366.