

Jan Kania

Politechnika Koszalińska
Wydział Technologii i Edukacji

EDUKACJA MEDIALNA W KSZTAŁTOWANIU PRZYSZŁOŚCI MEDIÓW MASOWYCH

Abstract

MEDIA EDUCATION IN SHAPING THE FUTURE OF MASS MEDIA

The subject of the contribution is the importance of media education for the future of mass media. The reason for considering this relationship are changes in the media reception. The nature of these changes and the threats posed to the media illustrate the results of research on new patterns of media consumption. The key research question is what and how it can help the media to overcome new challenges. In searching for the answer to this question, research findings and reports on the changing preferences of media recipients and literature studies on the essence of media education were used. The first allowed the identification of the most important threats to the media, the second indicated the special role of media education in counteracting the negative effects of changes. The main areas of interest of media education are: education about the media, education through the media, education for the media. The most important for the future of mass media is the area of education for media, which focuses on the theory and practice of the media. As an integral part of pedagogy that deals with the whole-life development of man and his environment, he is to prepare for proper understanding and active use of the media, as well as to support the training of specialists to work in them. Both practical and practical actions have been proposed for the implementation of these two tasks.

Key words: education, pedagogy, media, people, education, schools, studies, research, reports

Wprowadzenie

Przedmiotem refleksji w niniejszym artykule jest znaczenie edukacji medialnej dla przyszłości mediów masowych. Powodem rozpatrywania tej zależności są obserwowane współcześnie zmiany zachodzące w obszarze odbioru mediów. Charakter tych zmian i zagrożenia, jakie tworzą one dla mediów, są widoczne w wynikach

badań poświęconych nowym wzorcom konsumpcji mediów. Mój tekst stanowi próbę odpowiedzi na pytanie, co i w jaki sposób może pomóc mediom w przeciężeniu nowych wyzwań. W jego przygotowaniu wykorzystałem dostępne badania i raporty o zmieniających się upodobaniach odbiorców mediów oraz studia literaturowe nad istotą edukacji medialnej. Pierwsze pozwoliło na identyfikację najważniejszych współczesnych zagrożeń dla mediów, drugie zaś na wskazanie szczególnej roli edukacji medialnej w przeciwdziałaniu negatywnym skutkom zmian.

W opracowaniu wyodrębniono główne obszary zainteresowania edukacji medialnej, którymi są: edukacja o mediach, edukacja przez media, edukacja dla mediów. Najważniejszy dla przyszłości mediów masowych jest obszar edukacji dla mediów, który koncentruje się zarówno na teorii, jak i praktyce mediów. Jako integralna część pedagogiki, która zajmuje się całościowym rozwojem człowieka i jego środowiska, ma przygotowywać do właściwego rozumienia i aktywnego korzystania z mediów, a także wspierać kształcenie specjalistów do pracy w nich. Dla realizacji obu zadań edukacji medialnej zaproponowano konkretne działania praktyczne.

1. Istota mediów masowych

Media masowe jako część systemu komunikowania społecznego można za Jerzym Mikułowskim Pomorskim zdefiniować jako zinstytucjonalizowany system kanałów komunikacyjnych posiadających specyficzny potencjał oddziaływania społecznego. Tak traktowane rozpatruje się je w trzech wymiarach:

- jako system transportowania znaków;
- jako organizacje zajmujące się produkcją i dystrybucją informacji;
- jako instytucję stabilizującą społeczeństwo przez rozpowszechnianie norm i zasad życia społecznego.

Media w tym ujęciu mają swoje wymiary materialne, techniczne, organizacyjne i społeczne. W sensie materialnym (widzialnym lub słyszalnym) opierają się na druku, piśmie, słowie mówionym, obrazie, natomiast w sensie społecznym są wytworami pracy ludzkiej i są przeznaczone dla ludzi. Funkcjonują w ramach porządku prawnego, podlegają zasadom ekonomicznym i wpływom kulturowym. Jako organizacje kierują się zasadami celowości, strukturalizacji wewnętrznej, gospodarności¹.

Zakwalifikowanie określonych kategorii mediów do mediów masowych wymaga stwierdzenia w ich funkcjonowaniu cech przekazów masowych. Według Macieja

¹ J. Mikułowski Pomorski, *Od mówcy do rozmówcy. Perswazja czy spotkanie? Rewizja klasycznych modeli komunikacji*, [w:] S. Michalczyk (red.), *Media i komunikowanie w społeczeństwie demokratycznym. Szkice medioznawcze*, Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu, Sosnowiec 2006, s. 145–146.

Mrozowskiego są to: publiczny charakter, cykliczność, zwielokrotnienie, czyli techniczna reprodukcja, oraz schematyczność². By jakieś medium można było zaliczyć do klasy mediów masowych, powinno ono posiadać wszystkie te cechy. I choć ich wewnętrzne struktury ulegają przekształceniom, wynikającym głównie z postępu technologicznego, to sama istota zachowuje swoją aktualność.

Niezbędnym czynnikiem rozstrzygnięcia o przynależności do mediów masowych wydaje się również wpływ kontaktu z mediami na postawy i zachowania odbiorców. Wiąże się to z problemem funkcji przypisywanych mediom masowym. Spośród wielu propozycji podstawowych funkcji odnoszonych do komunikowania masowego za uniwersalne można uznać te, które sformułował Harold Lasswell, a następnie rozwinął Denis McQuail³. Propozycja Lasswella obejmowała trzy funkcje: śledzenie świata, korelacje, przekaz kulturowy⁴. Bardziej aktualna jest lista funkcji autorstwa McQuaila, która obejmuje: informowanie, korelację, ciągłość kulturową, rozrywkę, mobilizację⁵.

Kryterium wywodzonym z praktyki medialnej jest formalizacja powstania i funkcjonowania mediów masowych. Prasa, radio czy telewizja są legalność potwierdzają odpowiednią rejestracją sądową albo urzędową⁶. Bardziej kłopotliwe, bo jak dotąd nie w pełni rozstrzygnięte, jest legalizowanie działalności form internetowych. Media w całości lub przynajmniej w istotnej części posiadające cechy komunikowania masowego są nadal głównym przedmiotem edukacji medialnej.

2. Zagrożenia dla mediów masowych

Współczesny etap funkcjonowania mediów charakteryzuje rozdarcie między historyczną tradycją a nowomedią rewolucją. Pierwsze podtrzymywane jest przez generacje ukształtowane w przywiązaniu do tradycyjnych mediów z końca epoki ich świetności, szczególnie telewizji i radia, drugie zaś niesione jest niecierpliwością młodzieży całkowicie oddanej temu, co oferuje nowoczesność. Wiąże się to także z częstym pokoleniowym zróżnicowaniem odbiorczych kompetencji komunikacyjnych, które mieści się w stwierdzeniu: „analogowi dorośli – cyfrowe dzieci”.

² Zob. M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2001, s. 62–65.

³ Szeroki przegląd funkcji komunikowania masowego przedstawia Walery Pisarek. Zob. W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, WSiP, Warszawa 2008, s. 157 i nast.

⁴ H.D. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, [w:] L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*, Harper, New York 1948, s. 37–51.

⁵ D. McQuail, *With the Benefit of Hindsight: Reflections on Uses and Gratifications Research*, „Critical Studies in Mass Communication” 1984, nr 1, s. 177–193.

⁶ Powinność tę w Polsce reguluje Prawo prasowe. Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Dz.U z 7 lutego 1984 r. Nr 5, poz. 24 ze zm.; 1988 r. Nr 41, poz. 32; 1989 r. Nr 34, poz. 187; 1990 r. Nr 29, poz. 173; 1991 r. Nr 100, poz. 442; 1996 r. Nr 114, poz. 542; 1997 r. Nr 121, poz. 770; 1997 r. Nr 88, poz. 554, Nr 121, poz. 770.

Struktura odbioru mediów w Polsce potwierdza wspomniany wyżej podział. Choć nowe media są w ofensywie, to media tradycyjne nadal utrzymują swoją znaczącą pozycję, z wyjątkiem prasy. Ważnych informacji o odbiorze mediów dostarcza raport „Media Consumption Forecasts” zawierający dane z 71 krajów, w tym z Polski, który analizuje zmieniające się wzorce konsumpcji mediów i szacuje ilość czasu spędzanego na korzystaniu z różnych mediów. Raport obejmuje dane dotyczące czasu przeznaczanego na czytanie dzienników i magazynów, oglądanie telewizji, słuchanie radia, oglądanie filmów w kinie, korzystanie z Internetu. Okazuje się, że media (po czasie przeznaczonym na spanie oraz pracę i naukę) zajmują trzecią pozycję w bilansie czasu. Czas, jaki przeznaczamy na nie w ciągu doby (tzn. całkowity czas, w którym towarzyszą nam media, także wówczas, gdy wykonujemy inne czynności, takie jak praca, zakupy czy odwiedziny u znajomych), wynosi średnio 10 godzin. Najwięcej czasu zajmuje słuchanie radia i oglądanie telewizji (272 minuty dziennie). Na korzystanie z Internetu przeznaczano w 2016 roku 4 godziny 25 minut – na komputerze lub tablecie – i 1 godzinę 17 minut na telefonach komórkowych (smartfonach). Na przeciwnym krańcu zestawienia znajduje się czas poświęcany na czytanie. Na prasę codzienną Polacy przeznaczali 26 minut, a na magazyny 31 minut (prognozuje się, że w 2018 roku ten czas jeszcze zmaleje do odpowiednio 25 i 29 minut dziennie)⁷.

Z mediów korzysta się przede wszystkim na urządzeniach stacjonarnych, takich jak telewizor, radio czy komputer. Urządzenia mobilne mają 26-procentowy udział w czasie poświęcanym mediom. Korzystanie z mediów na urządzeniach mobilnych jest bardziej popularne wśród młodszych odbiorców, natomiast media w wersji stacjonarnej i papierowej (prasa i książki) są bardziej rozpowszechnione wśród osób starszych.

Zdecydowana większość odbioru mediów odbywa się w domu. Jedynie w przypadku VOD online około 20% oglądania zachodzi poza domem. Podobnie jest w zakresie korzystania z sieci: 60% czasu poświęconego na korzystanie z Internetu spędzamy w domu, rozmowy oraz słuchanie radia to jedyne aktywności mediowe wykonywane częściej poza domem niż w domu. O ile większość aktywności związanych z mediami realizujemy na urządzeniach stacjonarnych, o tyle urządzenia mobilne mają największy udział w przypadku rozmów (chodzi tu głównie o smartfony). Aż 2/3 użytkowników telewizji linearnej i radia korzysta z danego medium codziennie lub prawie codziennie. Najbardziej popularne aktywności online to korzystanie z wyszukiwarki Google, szukanie informacji o bieżących wydarzeniach, korzystanie z serwisów społecznościowych, bankowość online oraz szukanie ofert bądź opisów produktów. Największą popularnością cieszą się serwisy TVN Player i Ipla. Korzysta z nich ponad połowa użytkowników VOD online⁸.

⁷ M. Stysiak, *Polacy spędzają coraz więcej czasu przed TV i Internetem. Za to mniej czytają*, <http://wyborcza.pl/1,155287,20238079,polacy-spedzaja-coraz-wiecej-czasu-przed-tv-i-internetem-za.html> (dostęp: 31.12.2017).

⁸ J. Skorus, *Rozregulowany zegar telewizji, czyli w jaki sposób współczesne media zarządzają naszym czasem*, „Zarządzanie Mediami” 2015, t. 3(1), s. 86.

Media przechodzą nieustanny proces transformacji, wynikający głównie z postępu technologicznego oraz zmian w sposobie odbioru. Tradycyjne media reprezentowały alokacyjny model komunikacji linearnej. Za sprawą cyfryzacji i konwergencji media mogą coraz bardziej łączyć komunikację masową z interpersonalną, technologię linearną z nielinearną, przekaz na żądanie z interaktywnym oraz z dostępem do zawartości multimedialnej. To wszystko prowadzi do „mediatyzacji Internetu i internetyzacji mediów”. Kontynuacja tego procesu zmiany technologicznej będzie oznaczać realizację hasła: „wszyscy – wszystko – zawsze – wszędzie”, sygnalizującego możliwość – po pełnym upowszechnieniu i rozwoju konwergentnych, szerokopasmowych sieci cyfrowych oraz zgromadzeniu w pamięciach elektronicznych całego dorobku twórczego ludzkości – dostępu do każdej osoby i każdej treści z dowolnego miejsca i w dowolnym czasie⁹.

Misja mediów zmienia się, a wraz z nią przeobrażeniom ulega opinia odbiorców o niej. Widoczna jest coraz większa świadomość odbiorców tego, że rzetelność dziennikarska niekiedy przeplata się z manipulacją i działaniami perswazyjnymi, należy więc odnosić się do treści z pewną dozą nieufności¹⁰.

Ponowoczesność – jak stwierdził Zygmunt Bauman – charakteryzuje się „płynnością”: nie ma już pewników i niekwestionowanych aksjomatów. Dotyczy to też wizji mediów jako instytucji paternalistycznej, stawiającej sobie za cel odgrywanie normatywnej roli w społeczeństwie oraz „oświecanie” niewykształconych mas¹¹. Takie media przestają już być potrzebne.

3. Miejsce mediów masowych w edukacji medialnej

Według Wincentego Okonia edukacja to „ogół procesów i oddziaływań, których celem jest zmienianie ludzi, przede wszystkim dzieci i młodzieży – stosownie do panujących w danym społeczeństwie ideałów i celów wychowawczych”¹². Zbigniew Kwieciński natomiast określił edukację jako wpływ na rozwój, wpływ, który usamodzielnia i uświadamia w byciu dobrym obywatelem oraz sprzyja aktywnemu realizowaniu własnego potencjału¹³. Wszystkie definicje edukacji wskazują, że obejmuje ona całość procesów i działań zmierzających do wychowania człowieka. Na te działania i procesy składają się: socjalizacja, kształcenie, nauczanie, uczenie się. Jest to nabywanie cech oraz umiejętności potrzebnych do życia w społeczeństwie.

⁹ K. Jakubowicz, *Jaką przyszłość mają media publiczne i ich misja w dobie konwergencji*, „Edukacja Humanistyczna” 2009, nr 1, s. 81.

¹⁰ I. Borkowski, *Media: świat, narzędzie, problem*, [w:] tegoż (red.), *Edukacja medialna: teksty i preteksty*, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2004, s. 6.

¹¹ Z. Bauman, *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2013, s. 134.

¹² W. Okoń, *Nowy słownik pedagogiczny*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2001, s. 87.

¹³ Z. Kwieciński, *Edukacja jako wartość odzyskiwana wspólnie. (Głos w dyskusji o społeczeństwie szkoły)*, „Edukacja” 1991, nr 1, s. 89.

To stymulowanie rozwoju osoby, z odnajdywaniem własnych możliwości i własnej tożsamości.

Częścią tak pojmowanej edukacji jest edukacja medialna. Definiowana jest ona jako proces tworzenia tzw. kompetencji medialnej, czyli kształtowania i upowszechniania umiejętności świadomego i krytycznego korzystania ze środków społecznego przekazu, w tym także mass mediów, we wszystkich grupach społecznych oraz wiekowych. Uwzględnia on również aspekt technologiczno-informatyczny i związane z nim umiejętności¹⁴. Proces edukacji medialnej to działania, które powinny trwać przez całe życie, ponieważ formy i technologie przekazu ulegają zmianom, a ponadto społeczeństwo także ulega ciągłym przeobrażeniom¹⁵.

Podobnie termin ten objaśnia Bronisław Siemieniecki, stwierdzając, że „celem edukacji medialnej staje się przygotowanie ludzi do: odbioru mediów i posługiwania się mediami jako narzędziami intelektualnymi współczesnego człowieka. Przygotowanie człowieka do świadomego i krytycznego odbioru różnego rodzaju komunikatów medialnych wymaga dużej wiedzy o mediach rozumianych w kontekście narzędzi komunikowania oraz przekazywanych przez nie treści”. Jednocześnie badacz ten zwraca uwagę, że „trudno (...) w procesie kształcenia oddzielić przygotowanie do odbioru komunikatu medialnego od posługiwania się narzędziami. W procesie kształcenia możemy bardziej kłaść akcent na sferę narzędziową albo kulturową (...). Przesadnie został położony nacisk na nośnik informacji, natomiast sfera kulturowa została zepchnięta na margines. Ma to daleko idące negatywne skutki dla kształcenia i wychowania”¹⁶.

W tak pojmowanej edukacji medialnej Siemieniecki wyodrębnia cztery najważniejsze obszary:

- kognitywistyczną teorię komunikacji medialnej,
- teorię i praktykę mass mediów,
- technologię informacyjną,
- metodykę kształcenia medialnego¹⁷.

Współczesne media masowe najbardziej oczekują od edukacji medialnej wsparcia na płaszczyźnie obszaru teorii i praktyki mass mediów.

¹⁴ A. Kruszewska, *Mass media i edukacja*, <https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Kancir1/subor/Kruszewska> (dostęp: 20.02.2018).

¹⁵ D. Sass, *Od kompetencji do konkurencyjności*, <http://cio.cxo.pl/news/376933/Od.kompetencji.do.konkurencyjnosci.html> (dostęp: 11.12.2016).

¹⁶ B. Siemieniecki, *Media w pedagogice*, [w:] tegoż (red.), *Pedagogika medialna. Podręcznik akademicki*, t. I, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 137.

¹⁷ B. Siemieniecki, *Edukacja humanistyczna i komputery*, [w:] J. Gajda, S. Juszczyk, B. Siemieniecki, K. Wentka, *Edukacja medialna*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2003, s. 150.

4. Kluczowe obszary i kierunki wspierania mediów przez edukację medialną

W szerokim nurcie naukowej dysputy o tym, jak edukacja medialna może i powinna wspierać media masowe, zauważalne są zręby głównych kierunków jej potencjału. Agnieszka Ogonowska postrzega edukację medialną jako dziedzinę obejmującą zarówno teorię, jak i praktykę – stanowi ona zbiór informacji o mediach i aspektach ich wykorzystania w nauczaniu, ale nie pomija również tak ważnej kwestii jak tworzenie własnych materiałów i tekstów kultury dzięki posiadanym kompetencjom. Nie bez znaczenia jest też fakt pobudzania odbiorcy umiejętności percepcyjnych procesów komunikacji masowej w szerszej perspektywie, z uwzględnieniem zjawisk gospodarczych, społecznych, kulturowych, politycznych, ekonomicznych czy demograficznych¹⁸. Autorka ta formułuje ponadto zestaw trzech powinności edukacji medialnej jako ważnego czynnika wspierania mediów masowych. Po pierwsze, ma ona rozwijać zasób wiedzy o różnych mediach rozumianych zarówno jako środki komunikacji, jak i jako specyficzne instytucje społeczne. Po drugie, ma zajmować się związkami między różnymi tekstami kultury w perspektywie analiz synchronicznych i diachronicznych oraz zagadnieniami konwergencji kultury, rozwoju nowych strategii kulturowego uczestnictwa. Po trzecie, powinna wypracowywać rekomendacje dla praktycznego zastosowania mediów w nauczaniu poszczególnych przedmiotów na wszystkich poziomach kształcenia¹⁹.

Zdaniem Tadeusza Miczki współczesna edukacja jest ukierunkowana na podążanie w stronę społeczeństwa informacyjnego. Czynnikiem sprawczym mechanizmów tworzących obraz społeczeństwa XXI wieku, a także trendu o charakterze informacyjnym są nowe technologie oraz nowe media²⁰. Edukacja medialna może stanowić zbiór specyficznych form otwartości procesu edukacji na przełom cywilizacyjny, kulturowy czy społeczny. Internet niewątpliwie jest domeną nowej edukacji medialnej. Techniki edukacyjne ulegną poszerzeniu, a proces nauczania nabierze interdyscyplinarnego charakteru, stając się opoką swobodnego przepływu treści²¹.

Edukacja wspierająca media powinna się także opierać na wartościach europejskiej sfery mediów masowych, takich jak:

- pragnienie uczciwości i sprawiedliwości;
- przekonanie, że polityczną podstawą zarządzania społeczeństwem jest demokracja;

¹⁸ A. Ogonowska, *Edukacja medialna w programach nauczania na studiach wyższych*, [w:] I. Borkowski (red.), *Edukacja medialna...*, dz. cyt., s. 70–71.

¹⁹ A. Ogonowska, *Telewizja w edukacji medialnej*, Universitas, Kraków 2009, s. 44–45.

²⁰ T. Miczka, *Edukacja medialna jako podstawa kształcenia i wychowania w społeczeństwie informacyjnym*, [w:] I. Borkowski (red.), *Edukacja medialna...*, dz. cyt., s. 13–14.

²¹ Tamże, s. 14.

- pluralizm – współistnienie różnych szkół myśli politycznej, filozoficznej i religijnej;
- potrzeba równowagi między rynkiem a rolą państwa²².

Życie współczesnego człowieka ma coraz bardziej medialny charakter. Edukacja medialna ma w nim do odegrania ogromną rolę, szczególnie w przygotowaniu do aktywności w społeczeństwie informacyjnym, w którym uczenie się i komunikowanie z wykorzystaniem nowych technologii staje się stylem codziennych zachowań. Powinna ona wytwarzać dystans do świata postrzeganego dzięki mediom o różnym nastawieniu wobec ukazywanych przez nie sytuacji, procesów czy zdarzeń. Taka krytyczna edukacja dystansu jest nieodzownym instrumentem kształtowania nowego odbiorcy – refleksyjnego i świadomie wybiórczego wobec mozaiki ofert medialnych. W odmasowionej, a jednak ogarniającej społeczne masy ofercie przekazów medialnych ma on umieć wybierać w pełni świadomie to, co reprezentuje pożądaną i akceptowaną system wartości. Takiego odbiorcę określa się mianem *homo eligens*, czyli człowieka wybierającego z migotliwej oferty mediów to, co na podstawie zdobytej wiedzy uznaje za ważne i interesujące. To odbiorca przyjmujący wobec mediów postawę podmiotową²³.

Edukacja medialna na płaszczyźnie teorii i praktyki mass mediów ma znaczenie decydujące dla ich przyszłości. Powinna kreować świadomych, aktywnych i krytycznych odbiorców oraz wzbudzać zainteresowanie kształceniem przygotowującym do profesjonalnej w nich pracy. Oba kierunki pożądanej intensyfikacji oddziaływań edukacji medialnej są równie ważne i wzajemnie sprzężone, jednak nowych impulsów wymaga zwłaszcza ten związany z przygotowaniem kadr dla mediów masowych. Edukacja dla mediów powinna być czynnikiem tworzenia zainteresowania pracą w takich zawodach, na jakie jest zapotrzebowanie, oraz przygotowaniem do ich wykonywania. Dla firm medialnych ważne są trzy podstawowe parametry efektywności wspierającej je edukacji. Po pierwsze, jest to stopień profesjonalizacji traktowany jako rozwój i coraz większa formalizacja transmisji określonych umiejętności. Drugim jest zdolność ludzi mediów do reorientacji ku nowym zadaniom i wyzwaniom. Trzecim parametrem jest dynamiczny związek między jednostkami i organizacjami medialnymi dającymi im pracę²⁴. Powinnością edukacji jest wskazywanie, że pomimo dużego nasycenia mediów masowych nowoczesnymi technologiami udział czynnika ludzkiego pozostaje w nich nadal dominujący. Według Macieja Mrozowskiego „wachlarz zawodów i specjalności występujących w różnych instytucjach nadawczych jest dziś już tak szeroki i zróżnicowany, iż

²² M.O. Aguirre, *Raport Zespołu Wysokiego Szczebla na temat polityki audiowizualnej*, Komisja Europejska, Bruksela 1998; za: M. Duda, *Globalizacja mediów elektronicznych a edukacja*, [w:] A.W. Mitas (red.), *Media i edukacja w aspekcie globalnym*, Uniwersytet Śląski Filia w Cieszynie, Cieszyn 2003, s. 23.

²³ A. Szumakiewicz, *Propedeutyka mediów: możliwość czy konieczność*, [w:] A.W. Mitas (red.), *Media i edukacja...*, dz. cyt., s. 194.

²⁴ P. Sorlin, *Mass media*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2001, s. 212–213.

nie sposób opisać go inaczej jak tylko poprzez grupowanie w szersze kategorie zawodowe²⁵. Wyróżnił on pięć kategorii zawodowych:

- twórców i wykonawców przekazów (to głównie dziennikarze, redaktorzy, prezenterzy, komentatorzy, muzycy, kompozytorzy, scenografowie);
- pracowników pomocniczo-twórczych (to między innymi dokumentaliści, adiustatorzy, archiwiści);
- pracowników inżynieryjno-technicznych (to głównie inżynierowie i technicy wozów transmisyjnych i obsługi studia, elektrycy, akustycy, programiści komputerowi);
- pracowników administracyjno-biurowych (to między innymi kadrowcy, księgowi, zaopatrzeniowcy);
- menedżerów i personel kierowniczy (to między innymi kierujący projekowaniem nowych produktów, marketingiem, promocją, pozyskiwaniem reklamodawców)²⁶.

Zainteresowanie pracą w mediach musi być jednak kształtowane na bazie rzetelnych podstaw o zasadach i warunkach działania, prawach i obowiązkach, nowej roli i zadaniach w sferze społecznej, politycznej, gospodarczej. Na poziomie edukacji szkolnej nieodzowne jest zerwanie z archaicznym wręcz przekazem obrazu funkcjonowania mediów masowych. Tworzy on bądź podtrzymuje dziecięce wyobrażenia o samych pozytywach funkcjonowania mediów i szlachetnych, odpowiedzialnych zachowaniach dziennikarzy. Są oni dodatkowo postrzegani jako gwiazdy życia publicznego o wysokim statusie społecznym, zawodowym, materialnym, po prostu jako ludzie sukcesu. Szkoły nie tylko nie nadążają za fundamentalnymi zmianami w mediach masowych, ale wręcz odgradzają się od nich i chronią uczniów przed realiami bieżącego życia medialnego²⁷.

Silnego wsparcia ze strony edukacji medialnej wymaga kształcenie dla mediów na poziomie wyższym. Pomimo zasadniczego znaczenia w nim nauki o mediach, utworzonej w 2011 roku jako samodzielna dyscyplina naukowa²⁸, ważną rolę odgrywa także edukacja medialna jako praktyczna część pedagogiki medialnej. Jest ona bowiem kluczem nie tylko do rozumienia, ale również konstruowania profesjonalnych znaczeń w rzeczywistości kultury medialnej i współtworzy wielopłaszczyznowe podstawy akademickiego przygotowywania specjalistów do pracy w mediach.

Proces kształcenia jest częścią systemu dydaktycznego uwarunkowanego celami i treściami kształcenia. Optymalizacja związków między celami, treściami

²⁵ M. Mrozowski, *Media masowe...*, dz. cyt., s. 52.

²⁶ Tamże, s. 52–53.

²⁷ J. Kania, *Edukacja medialna w przygotowaniu kadr dla mediów masowych*, [w:] Cz. Plewka (red.), *Wybrane aspekty dotyczące człowieka współczesnej cywilizacji*, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2017, s. 391.

²⁸ Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 r. w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych, Dz.U. 2011 r. Nr 179, poz. 1065.

i procesem kształcenia sprzyja efektywności dydaktycznej. Nadrzędne znaczenie mają cele, wyznaczają bowiem odpowiedni dobór treści kształcenia, realizowanych następnie za pomocą wybranych metod, form i środków kształcenia²⁹.

Cele dotyczące tego poziomu kształcenia na potrzeby mediów opisują zmianę, jaką chce się uzyskać wobec przyszłych absolwentów. Dla Kazimierza Denka najważniejszym celem edukacji akademickiej jest „zapewnienie jej uczestnikom odpowiednich kompetencji, czyli umiejętności złożonych wyższego rzędu”³⁰. W studiach zajmujących się mediami celem jest uzyskanie przez ich absolwentów kompetencji zgodnych z wymogami obecnego i przyszłego systemu medialnego.

Takie zbliżenie kształcenia do rzeczywistości medialnej wymaga z jednej strony wyeksponowania wartości jako czynnika kierującego kształcenie, z drugiej zaś praktycznego działania. Zwłaszcza to drugie nabiera szczególnego znaczenia, gdy – jak trafnie zauważał Jerzy K. Thieme – polskie uczelnie „mają podejście sprzedażowe, a nie marketingowe: tworzą i oferują usługi edukacyjne, które nie uwzględniają w wystarczającym stopniu potrzeb potencjalnych przyszłych pracodawców”³¹. Jeśli oba te elementy mają fundamentalne znaczenie nie tylko dla celów, lecz także dla treści i procesu kształcenia, to równie fundamentalne jest właściwe rozumienie tej zależności w tworzeniu i przebiegu studiów związanych z mediami.

Wyznaczanie przez edukację medialną nowych zadań w kształceniu wyższym dla mediów to również eksponowanie roli samoedukacji. Całość zmian wyzwanych głównie przez postęp technologiczny sprawia, że maleje znaczenie przyswajania właściwej wiedzy, a wzrasta zapotrzebowanie na stałe samokształcenie. W kształceniu wyższym „uczenie się, jak się uczyć i analizować informacje oraz dostępną wiedzę, jest ważniejsze niż zapamiętywanie konkretnych rzeczy”³². Ta orientacja ku samokształceniu powinna jednocześnie uwzględniać trzy niezbędne elementy w doskonaleniu treści kształcenia. Po pierwsze, właściwe proporcje między wiedzą o przeszłości, teraźniejszości i przyszłości. Pożądane jest eksponowanie teraźniejszości i przyszłości. Po drugie, należy wspierać korelację, koncentrację i integrację kształcenia. Po trzecie, nie można pomijać wzrastającego znaczenia ontodydaktyki, która zapewnia zgodność przedmiotu studiów ze strukturalnym, hierarchicznym i zintegrowanym charakterem wiedzy³³.

²⁹ D. McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage, London 1983, s. 139, 31.

³⁰ K. Denek, *Uniwersytet przełomu drugiego i trzeciego milenium*, [w:] K. Kruszewski (red.), *Przemiany szkolnictwa wyższego progu XXI wieku*, Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica w Płocku, Płock 1999, s. 121.

³¹ J.K. Thieme, *Szkolnictwo wyższe. Wyzwania XXI wieku*, Difin, Warszawa 2009, s. 320.

³² Tamże, s. 321.

³³ F. Bereźnicki, *Zgadnienia dydaktyki szkoły wyższej*, Pedagogium, Szczecin 2009, s. 44.

Zakończenie

Edukacja dla mediów to jeden z trzech nurtów edukacji medialnej, którego podstawowymi obszarami zainteresowania są teoria i praktyka mass mediów. Jako integralna część pedagogiki zajmuje się całościowym rozwojem człowieka i jego środowiska – jednym z najważniejszych jego elementów są media. Ma przygotowywać do właściwego rozumienia i korzystania z mediów, a także wspierać kształcenie specjalistów do pracy w nich. Zakres, treści i intensywność spełniania obu tych ról edukacji medialnej istotnie wpływają na przyszłość mediów. Media i ich funkcjonowanie są pochodną oczekiwań odbiorców i możliwości twórców przekazów medialnych. Edukacja medialna powinna powrócić do swoich korzeni silnego zainteresowania mediami oraz intensywnego zaangażowania w kształcenie o mediach i dla mediów. Szczególne obowiązki ma wobec młodzieży, by mogła się ona odnajdować w szybko zmieniającym się świecie mediów oraz realizować swe marzenia o pracy w mediach ze świadomością rzeczywistych możliwości i ograniczeń wynikających z ich właściwości. Zwłaszcza to drugie powinno uwzględniać stwierdzenie Denisa McQuaila, że „prace wykonywane w mediach mają niewielki zakres zinstytucjonalizowania. Odnoszone w nich sukcesy zależą nie tylko od formalnego przygotowania czy doświadczeń praktycznych, ale także od trudnych do przewidzenia upodobań odbiorców oraz osobistych, oryginalnych i wręcz unikatowych cech, trudnych do podpatrzenia i przekazania. Oprócz pakietu standardowych umiejętności tworzenia przekazów masowych trudno jednoznacznie sprecyzować istotę osiągnięcia wysokich rezultatów medialnych. Pomimo istniejącego i stale się pogłębiającego podziału pracy nie udaje się skonstruować uniwersalnego wzorca kompetencji nadawcy masowego”³⁴.

Bibliografia

- Aguirre M.O., *Raport Zespołu Wysokiego Szczebla na temat polityki audiowizualnej*, Komisja Europejska, Bruksela 1998.
- Bauman Z., *Ponowoczesność jako źródło cierpienia*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2013.
- Bereźnicki F., *Zagadnienia dydaktyki szkoły wyższej*, Pedagogium, Szczecin 2009.
- Borkowski I., *Media: świat, narzędzie, problem*, [w:] tegoż (red.), *Edukacja medialna: teksty i preteksty*, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2004.
- Denek K., *Uniwersytet przełomu drugiego i trzeciego milenium*, [w:] K. Kruszewski (red.), *Przemiany szkolnictwa wyższego progu XXI wieku*, Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica w Płocku, Płock 1999.
- Duda M., *Globalizacja mediów elektronicznych a edukacja*, [w:] A.W. Mitas (red.), *Media i edukacja w aspekcie globalnym*, Uniwersytet Śląski Filia w Cieszynie, Cieszyn 2003.
- Jakubowicz K., *Jaką przyszłość mają media publiczne i ich misja w dobie konwergencji*, „Edukacja Humanistyczna” 2009, nr 1.

³⁴ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 307.

- Kania J., *Edukacja medialna w przygotowaniu kadr dla mediów masowych*, [w:] Cz. Plewka (red.), *Wybrane aspekty dotyczące człowieka współczesnej cywilizacji*, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2017.
- Kruszewska A., *Mass media i edukacja*, <https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Kancir1/subor/Kruszewska> (dostęp: 20.02.2018).
- Kwieciński Z., *Edukacja jako wartość odzyskiwana wspólnie. (Głos w dyskusji o uspołecznieniu szkoły)*, „Edukacja” 1991, nr 1.
- Lasswell H.D., *The Structure and Function of Communication in Society*, [w:] L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*, Harper, New York 1948.
- McQuail D., *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage, London 1983.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- McQuail D., *With the Benefit of Hindsight: Reflections on Uses and Gratifications Research*, „Critical Studies in Mass Communication” 1984, nr 1, s. 177–193.
- Miczka T., *Edukacja medialna jako podstawa kształcenia i wychowania w społeczeństwie informacyjnym*, [w:] I. Borkowski (red.), *Edukacja medialna: teksty i preteksty*, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2004.
- Mikułowski Pomorski J., *Od mówcy do rozmówcy. Perswazja czy spotkanie? Rewizja klasycznych modeli komunikacji*, [w:] S. Michalczyk (red.), *Media i komunikowanie w społeczeństwie demokratycznym. Szkice medjoznawcze*, Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu, Sosnowiec 2006.
- Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2001.
- Ogonowska A., *Edukacja medialna w programach nauczania na studiach wyższych*, [w:] I. Borkowski (red.), *Edukacja medialna: teksty i preteksty*, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2004.
- Ogonowska A., *Telewizja w edukacji medialnej*, Universitas, Kraków 2009.
- Okoń W., *Nowy słownik pedagogiczny*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2001.
- Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, WSiP, Warszawa 2008.
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 r. w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych, Dz.U. 2011 r. Nr 179, poz. 1065.
- Sass D., *Od kompetencji do konkurencyjności*, <http://cio.cxo.pl/news/376933/Od.kompetencji.do.konkurencyjnosci.html> (dostęp: 11.12.2016).
- Siemieniecki B., *Edukacja humanistyczna i komputery*, [w:] J. Gajda, S. Juszczyk, B. Siemieniecki, K. Wenta, *Edukacja medialna*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2003.
- Siemieniecki B., *Media w pedagogice*, [w:] tegoż (red.), *Pedagogika medialna. Podręcznik akademicki*, t. I, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Skorus J., *Rozregulowany zegar telewizji, czyli w jaki sposób współczesne media zarządzają naszym czasem*, „Zarządzanie Mediami” 2015, t. 3(1).
- Sorlin P., *Mass media*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2001.
- Stysiak M., *Polacy spędzają coraz więcej czasu przed TV i Internetem. Za to mniej czytają*, <http://wyborcza.pl/1,155287,20238079,polacy-spedzaja-coraz-wiecej-czasu-przed-tv-i-internetem-za.html> (dostęp: 31.12.2017).
- Sumakiewicz A., *Propedeutyka mediów: możliwość czy konieczność*, [w:] A.W. Mitas (red.), *Media i edukacja w aspekcie globalnym*, Uniwersytet Śląski Filia w Cieszynie, Cieszyn 2003.
- Thieme J.K., *Szkolnictwo wyższe. Wyzwania XXI wieku*, Difin, Warszawa 2009.