

Ks. Grzegorz Zaraziński

WSD Siedlce

Teologiczne Studia Siedleckie I (2004)

Kompetencja medialna dzieci i młodzieży jako cel wychowawczy szkoły.

*Wiedzę o naszym społeczeństwie,
o świecie, w którym żyjemy,
posiedliśmy poprzez massmedia*

Niklas Luhmann

Gdy w roku 1440 Gutenberg wynalazł technikę druku dało to początek rewolucji komunikacyjnej, która nie tylko poszerzyła obszar komunikacji, ale tak zmieniła społeczeństwo, że samo nazwisko wynalazcy stało się określeniem całych stuleci jako „epoka Gutenberga”. Blisko pięć stuleci później pojawienie się mediów elektronicznych spowodowało gwałtowne przyspieszenie obiegu informacji, szereg zmian w życiu codziennym i konieczność refleksji nad przemianami, które współkształtują ludzkie postawy i wartości. Ilość publikacji naukowych projektów i konferencji, których tematem są media i wpływ szczególnie na młodych ludzi pozwala przypuszczać, że nie jest to tylko modny trend, ale życiowa konieczność. Wyniki badań socjologicznych ostatniego dziesięciolecia pokazały, że media stały się (obok rodziny, szkoły i grupy rówieśniczej) strukturą współdecydującą w procesie socjalizacji młodego pokolenia, które od symbolu komputerowej komunikacji zostało nazwane już „pokoleniem @”.¹ Dzieje się to dlatego, że dzieci i młodzież początku XXI wieku są pierwszą grupą, która wzrasta od pierwszych lat życia w ramach

¹ Meister Dorotee, Sander Uwe: Kindheit und Jugend in der Mediengesellschaft, W: Sozialwissenschaftliche Literaturreisenschau, 1/1998, s. 5-16; Opaschowski, Horst Werner: Generation @. Die Medienrevolution entläßt ihre Kinder: Leben im Informationszeitalter, Hamburg-Ostfildern 1999.

społeczeństwa informacyjnego, epokowej rewolucji, gdzie media stały się nowym Areopagiem - platformą wymiany nie tylko informacji, doświadczeń ale i wartości.²

1. Nowe media na tle społecznych przemian

Rozwój mediów to nie tylko upowszechnienie radia i telewizji, które można już bez przesady nazwać mediami klasycznymi. Kierując się analizą struktury procesu komunikacji można określić je jako kompleksowe organizacje, które są (zwykle) pod społeczną kontrolą, ich produkty czasopisma, druki, programy radiowe i telewizyjne są skierowane do potencjalnie nieograniczonej liczby anonimowych odbiorców a komunikacja przebiega jednokierunkowo od nadawcy do odbiorcy. Początek lat 90-tych XX wieku to szybki rozwój nowych technologii opartych na technice cyfrowej: komputer, Internet, telefonia cyfrowa. Ich charakterystyczne cechy to łączenie w sobie języka przekazu mediów klasycznych i charakter przekazu, który z pasywnego odbiorcy uczynił aktywnego współtwórcę przekazu medialnego.

Zmiany w wychowaniu młodego pokolenia wpisują się w szerszą płaszczyznę zmian społecznych. *Zmiany społeczeństwa rolniczo-przemysłowego w społeczeństwo medialno-informacyjne*. Jak w XIX i w XX wieku o znaczeniu państwa i bogactwie obywateli decydowała produkcja dóbr przemysłowych (wiek węgla i stali) tak koniec wieku XX to już nie produkcja ale pozyskiwanie, gromadzenie, obróbka i przekazywanie informacji. Informacja stała się towarem i dobrem o znaczeniu strategicznym. „Content – Kommunikation – Commerce” co można rozumieć jako „informacja – interakcja – transakcja” zostały połączone w jedno. Dzięki Internetowi

² Jan Paweł II: *Redemptoris misio*, 37; Jan Paweł II: *Głosić Chrystusa na progu nowego tysiąclecia*. Orędzie na 34 Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, 24.01.2000.

informacja i interakcja uzyskały ulepszone kanały przekazu. Przy transakcji powstało tyle nowości poprzez przełamywanie barier czasu, przestrzeni, nośników i dróg dystrybucji, że można mówić nie tylko o nowych zawodach, ale także o nowym systemie pracy.

Zmiana w strukturze i podziale pracy. Zamiast utrwalonej hierarchii pracy powstają struktury pracownicze powiązane ze sobą już nie miejscem produkcji ale celem zadania. Dynamika tworzenia zespołów: tworzone są na określony czas dla wykonania określonego zadania (mobilność) ulegają rozwiązaniu.

Zanikają granice czasu i przestrzeni gdy nowe media oplatają komunikacyjną siatką cały świat. Wydarzenie lub wiedza, które powstały na jednym miejscu docierają do dalekiego odbiorcy już w chwilę później. Jest jednak i strona ujemna: media zasypują nas obrazami, które wciskają się do naszych domów. Coraz więcej wiemy o świecie z „drugiej ręki”; nie z własnego doświadczenia, lecz z mediów.

Na ten ambiwalentny rozwój zwróciła uwagę Stolica Apostolska wydając na początku 2002 roku trzy dokumenty, które po raz pierwszy dokonały pogłębionej analizy szans i zagrożeń powstałych w wyniku kulturowych przemian w kierunku społeczeństwa informacyjnego.³ Nowe technologie mając swoje „mocne i słabe strony”⁴ stwarzają „wyzwania i możliwości”⁵. Nie wszystko jest „bezpieczne, dobre i prawdziwe”⁶, skoro wychodzą w nich na jaw „najlepsze i najgorsze cechy człowieka”⁷. W

³ Jan Paweł II: Internet jako nowe forum głoszenia Ewangelii. Przesłanie na 36 Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, 24.01.2002

Papieska Rada Środków Społecznego Przekazu: Etyka w Internecie, 22.02.2002

Papieska Rada Środków Społecznego Przekazu: Kościół w Internecie, 22.02.2002

⁴ Internet jako nowe forum, 3.

⁵ Kościół w Internecie, 12.

⁶ Tamże, 11.

⁷ Internet jako nowe forum, 2.



zależności od nastawienia odbiorcy mogą one służyć aktywnemu uczestnictwu lub też zdominują jego odbiór poprzez narzucenie mu pasywnej roli w procesie komunikacji.⁸

2. Kompetencja medialna

Reakcja na szanse i zagrożenia jakie niesie za sobą rozwój technologiczny i przemiany ma jeden wspólny mianownik: medialna kompetencję. Kompetencja medialna obejmuje wiedzę i sprawności medialne w szczególności umiejętności techniczne, samodzielność, motyw i oceny działania, które umożliwiają, autonomiczne, kreatywne i odpowiedzialne korzystanie i aktywne działanie w świecie kształtowanym przez media. Takie ogólne pojęcie domaga się bliższego opisu.⁹ W ramach kompetencji medialnej wyróżnić można kilka czynników:

- kompetencja techniczna; orientacja w świecie techniki medialnej, podstawowe umiejętności odbiorcy i twórcy. Rola odbiorcy ma charakter pasywnego wykorzystania techniczno-instrumentalnej wiedzy (obsługa komputera, video czy innego urządzenia). Taki model dominuje szczególnie w mediach klasycznych. Nowe media w dużym stopniu gwarantują interaktywność czyli odbiorca może być w ramach określonych sytuacji medialnej także nadawcą jak (usługi internetowe)
- kompetencja kulturowa; zawiera elementy wiedzy o organizacji dzisiejszych systemów i struktur medialnych, znajomość specyfiki języka poszczególnych mediów
- kompetencja socjalna; zdolność korzystania szczególnie z nowych form komunikacji daje szanse na znalezienie swego miejsca w

⁸ Etyka w Internecie, 7.

⁹ Moser Heinz: Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter, Opladen 1999, s. 217.

medialnym świecie i rozwój poprzez aktywny udział w całej paletce nowych możliwości jakie stwarzają Internet, Intranet, telepraca i inne.

- kompetencja refleksyjna; określa zdolność społeczno-odpowiedzialną działalność podmiotu, który dokonuje analizy i etycznej oceny mediów i ich produktów. Procesy medialne są poddawane refleksji, której konsekwencją będzie krytyka i korekta problematycznych zjawisk.

Ostatnie dokumenty Kościoła wskazują, że jednym z kluczowych zadań duszpasterstwa jest wspieranie kompetencji medialnej i to na bardzo szerokiej bazie. Odnosi się ona do:

- Osób w ramach studiów teologicznych a w szczególności do pełniących urząd w Kościele.¹⁰ Duszpasterze są wezwani do poznania „sposobów komunikacji, pobudzających wrażliwość i zainteresowanie ludzi żyjących w kulturze mediów.”¹¹

- Także katolikom świeckim pracującym już w mediach należy stworzyć forum refleksji nad pytaniami z dziedziny polityki, ekonomii, etyki medialnej, a także dać im okazję do poznania i pogłębienia chrześcijańskiej doktryny i duchowości.¹²

- Mając na uwadze wychowawczy obowiązek rodzice i nauczyciele nie powinni zbyt łatwo zwalniać się z obowiązku wprowadzania dzieci i młodzieży w odpowiedzialne korzystanie z mediów.¹³ Jest to zadanie tym trudniejsze, że jak pokazuje codzienność w zakresie nowych mediów „dzieci i młodzież są z nimi bardziej zaznajomione od rodziców”.¹⁴

- Dzieci i młodzieży jako przyszłości społeczeństwa i Kościoła poświęcona jest szczególna uwaga. Widząc szanse i zagrożenia dokumenty

¹⁰ Kościół w Internecie, 11.

¹¹ Tamże.

¹² Tamże.

¹³ Por. Jan Paweł II, *Familiaris consortio*, 76.

¹⁴ Kościół w Internecie, 11.



podkreślają pozytywne przekonanie, że właściwe używanie Internetu i innych mediów może im pomóc w „podejmowaniu odpowiedzialności w obydwu obszarach” rozwoju społeczności ziemskiej i Ludu Bożego.¹⁵

3. Młode pokolenie medialnego świata

Dla młodego pokolenia świat stoi pod znakiem @ (czytaj: et) Dzisiejsze dzieci i młodzież wrażliwie i naturalnie w świecie telewizji, telefonu komórkowego i cyfrowego aparatu. Poprzez komputer nawiązują i utrzymują kontakty, szukają zabawy i rozrywki. Próba opisu relacji młodzież i media w ciągu ostatnich 15 lat pozwala określić dwie zasadnicze tendencje, które wystąpiły w relacji młodzież – media: powszechny dostęp do mediów i postępująca dywersyfikacja oferty programowej.

3.1 Powszechny dostęp do mediów

Już pod koniec lat 70-tych media stały się codziennością w życiu młodych ludzi. W porównaniu z poprzednimi pokoleniami dzieci i młodzież żyją w świecie mediów, który stał się dla nich codziennością. Jak pokazują badania nasycenie mediami w ostatnich latach osiągnęło wysoki poziom.

Tab.1. Wyposażenie gospodarstw domowych w sprzęt audiowizualny w I kwartale 2004 r.

Telewizor kolorowy	95%	TV kablowa	31%
Telefon stacjonarny	77%	TV satelitarna indywidualna	23%
Radio stereofoniczne	65%	Odtwarzacz DVD	17%
Telefon komórkowy	57%	Kamera wideo	8%
Magnetowid / odtwarzacz wideo	55%	Konsola do gier komputerowych	7%
Magnetofon stereofoniczny	54%	Cyfrowy aparat fotograficzny	5%
Odtwarzacz płyt kompaktowych	47%	Karta telewizyjna	4%*
Komputer PC	37%	Zestaw kina domowego	4%*

*dane TNS OBOB, maj 2004 r.

¹⁵ Tamże.

Młodzież coraz częściej posiada korzysta z własnego radia lub telewizora i używa tych mediów według własnych upodobań. *Upowszechnienie mediów skutkuje indywidualizacją* w wyborze oferty programowej.

Aktualne badania OBOPu pokazują, że dziecko w Polsce spędza przed TV przeciętnie trzy godziny. Jest to już z tego powodu niepokojące, że czas ten jest czasem straconym dla rozmów z rodzicami, zajęć i zabaw z rodzeństwem i rówieśnikami. Jest jeszcze kolejny powód niepokojący – badania wskazują, że dzieci w Europie na lekturę książek poświęcają średnio 10 min. w ciągu dnia. Ta jasna *dysproporcja w korzystaniu z mediów* wiąże się z korzystaniem z mediów tak łatwych co atrakcyjnych w odbiorze. Uruchamiane obrazy i dźwięki dają iluzję autentyzmu, przez co ztraca się granica między realnością a fikcją, między tym, co wartościowe, a tym, co puste. Przeciętnego odbiorcę bombarduje się makabrycznymi i sensacyjnymi scenami, o których za chwilę zapomina, bo serwuje się mu kolejną dawkę. Tymczasem „zdobycie (...) pełnej sprawności czytania, tj. właściwego tempa i rozumienia dosłownego, interpretacyjnego i krytycznego, jest procesem bardzo długim, trwającym do końca nauki szkolnej i wymagającym wielu żmudnych ćwiczeń ucznia i starań nauczyciela”.¹⁶

3.2 Dywersyfikacja oferty medialnej

Cecha interaktywności jest nowością, która decyduje o atrakcyjności i szybkiego rozwoju nowych mediów. Jak wynika z badania Interbus, przeprowadzonego przez TNS OBOP w grudniu 2003 roku, 29% badanych powyżej 15 roku życia deklaruje możliwość dostępu do Internetu. Odsetek Internautów, czyli osób korzystających z Internetu przynajmniej raz w

¹⁶ Nagajowa Maria: Jak uczyć języka polskiego w klasach 4- 6? Poradnik metodyczny, Warszawa 1995, s. 128



miesiącu, wyniósł w grudniu 23%, co stanowi około 7,2 mln Polaków po 15 roku życia.

Nowe media nie tylko rozszerzają ofertę medialną dla dzieci i młodzieży lecz także konfrontują je z nowymi formami korzystania i stosowania mediów co wymaga specyficznej, nie tylko technicznej wiedzy. Szczególne znaczenie mają one nie pod kątem rozrywki lecz głównie w zakresie kształcenia i wykonywania zawodu będą one wkrótce niezastąpione. Należy zwrócić uwagę, że fałszywą jest teza o nowych mediach, które same z siebie automatycznie przekażą wiedzę. W rzeczywistości gromadzą one bity, ale same z siebie nie są w stanie je uporządkować, nadać sens wewnętrznym połączeniom, określić ich znaczenie i korzyść dla człowieka. Dopiero wtedy z nagromadzonej informacji powstaje wiedza. Gromadzenie informacji uległo dzięki nowym technologiom uproszczeniu i przyspieszeniu. Zamiana materialnego nośnika jakim do niedawna był papier, taśma magnetyczna na prawie „niematerialny” ciąg 0,1 doprowadziło do lawinowego wzrostu przepływu i kumulacji informacji. Obecnie problemem nie staje się dotarcie do informacji, lecz z powodu informacji trzeba uczyć się sztuki ascezy informacji, sztuki rezygnacji, wybierania czy wyłączenia. A to oznacza, że wymagania wobec zdolności oceny i wyboru w człowieku dramatycznie wzrastają. Dzieci i młodzież we wczesnym wieku mają swoje pierwsze kontakty z elektronicznymi mediami, zbierają przy tym doświadczenia tak pozytywne jak i negatywne; pod okiem rodziców czy wychowawców, ale i wtedy gdy idą w „odstawkę” przed telewizor – wtedy skutkuje to paradoksem: potrafią być technicznym specjalistą od programowania, obsługi i serwisu technicznego, ale jest niezdolne do komunikowania się z otoczeniem. Dzieci powinny czerpać doświadczenie i wiedzę z rzeczywistości a nie z komputera czy wideo; powinny doświadczać świata własnymi rękami, aby go zrozumieć. A dzieje się to poprzez współpracę i dialog z innymi ludźmi.

4. Kompetencja medialna zadaniem szkoły

Zadania wychowawcze rodziców i wychowawców nie ogranicza się do zapoznania dzieci z różnymi mediami, lecz do integracji mediów w proces kształtowania kompetencji życiowej czyli wychowania. Wobec ilości materiału, szczupłości środków, liczebności klas istnieje pokusa, żeby miarę postępu uczynić osiągnięcia naukowe a wychowanie do kompetencji oddelegować innym.

Można wskazać trzy płaszczyzny tej delegacji:

- rodzice delegują odpowiedzialność na szkołę. Płacą podatki na jej utrzymanie, sami nie mają czasu, środków czy naturalnego zrozumienia roli ojca i matki.
- Szkoła z wielu powodów nie chce brać całości wychowania na siebie i odpowiedzialność widzi po stronie rodziców
- Istnieje też wewnętrzna delegacja odpowiedzialności w szkole. Są przedmioty wychowawcze jak np. religia, polski które są bardziej skierowane na wychowanie niż przedmioty ścisłe.

W ten sposób wychowanie, za które wspólnie rodzice i wychowawcy ponoszą odpowiedzialność, zostawiane jest innym, którzy niezbyt chętnie są widziani: są to sekty, alkohol, narkotyki czy nawet grupy przestępcze. Dlatego rodziny i szkoły powinny postawić sobie pytanie: chcemy aby wartości młodego pokolenia były kształtowane poza tymi instytucjami?

4.1 Zadania szkoły

W ciągu życia każdy człowiek musi przyswoić sobie podstawową umiejętność komunikacji międzyosobowej, jeśli chce jako dojrzała jednostka, jako podmiot społeczny działać i przekształcać swoje otoczenie. Wraz z rozwojem mediów ta komunikacja znacznie rozszerzyła swoje granice dzięki



zastosowaniu środków społecznego przekazu. Media otworzyły przed jednostką nowe możliwości i formy komunikowania, stąd konieczność kształcenia kompetencji medialnej, aby bogata paleta zastosowania mediów dla komunikacji została odpowiednio użyta.

Jak szkoła może sprostać wychowawczym zadaniom a jednocześnie wykorzystać szansę jaką dają nowe media? Przy wielu próbach odpowiedzi chodzi zawsze jednak o jedno: medialną kompetencję. Celem jest aktywny i odpowiedzialne korzystanie z mediów, aktywne współtworzenie i umiejętność krytycznej oceny oferty programowej. Konkretnie realizacja celu wychowawczego może dokonać się poprzez poniżej przedstawiony projekt, który jest próbą opisaną na jakich podstawowych kompetencjach buduje się kompetencja medialna i jakie umiejętności obejmuje.

4.2 Ramy projektu dydaktycznego

Pierwsze i najtrudniejsze zadanie nauczycieli polega na rozeznaniu jak uczniowie korzystają z mediów. Ponieważ korzystanie z mediów w domach podlega znikomej kontroli rodziców i uczniowie często spotykają się z krytyką mediów ze strony nauczycieli nie łatwo jest uzyskać ogólny przegląd. Specyficzne różnice pomiędzy klasami pokazują, że chodzi tutaj o poznanie specyfiki danej klasy w korzystaniu z mediów. Rzetelne rozeznanie w sytuacji jest pierwszym krokiem w wychowawczych zadaniach szkoły na polu mediów, zgodnie z zasadą: zbadaj – oceń – działaj.

Drugi etap obejmuje próbę wspólnego korzystania z mediów. Nauczyciel daje uczniowi możliwość zwerbalizowania jego wrażeń i doświadczeń, które nabył korzystając z mediów. Ważne jest aby uczeń potrafił ująć tematycznie własne przyzwyczajenia, preferencje, medialnych bohaterów. Przy rysowaniu komiksów, fotografowaniu czy tworzeniu grafiki

komputerowej uczeń przy pomocy nauczyciela dokonuje refleksji nad swoją aktywnością.

Trzeci etap to dydaktyczna integracja. Codzienne korzystanie z mediów daje uczniom wiele informacji, która ma charakter zbioru mniej czy bardziej przypadkowych treści. Istotą trzeciego kroku jest stworzenie z jednostki lekcyjnej pola integracji zdolności technicznych, przypadkowych wiadomości spoza ram szkolnej edukacji i wymogu przedmiotu szkolnego.

Nie ma w programach szkolnych przedmiotu „wychowanie medialne” stąd też zagadnienia medialne są realizowane jako ścieżka medialna na trzech płaszczyznach:

- W ramach jednostki lekcyjnej z danego przedmiotu
- W ramach zajęć międzyprzedmiotowych, w ramach projektu
- Poza lekcjami ale w ramach życia szkoły

Integracja wychowania medialnego może odbywać się na dwóch płaszczyznach:

- Są określane tematy z problematyki medialnej i integrowane w zajęcia poszczególnych klas; jak zajęcia o charakterze teoretycznym jak historia mediów, czym jest komunikacja medialna, aż po praktyczne formy warsztatów: reportaż, wywiad, gazetka, radio...
- Druga płaszczyzna bada pojedyncze przedmioty i ich związki z mediami. Na bazie wniosków powstają i są realizowane medialno-wychowawcze tematy.

4.3 Pięć obszarów kompetencji medialnej

Bardziej celowym z punktu widzenia efektywności poznania jest opracowanie dla potrzeb dydaktycznych puli tematów i zajęć dla różnego poziomu wiekowego klas, których celem jest kompetentne korzystanie z oferty medialnej.



Kompetencja wyboru i korzystania z oferty medialnej – wykorzystywanie informacyjnego potencjału mediów.

Pierwszy etap wdrażania w wychowanie medialne to likwidacja wzajemnych uprzedzeń w stosowaniu nowych mediów. Uczniowie i nauczyciele odkrywają jak wiele potencjału informacyjnego niosą współczesne media. Na korzyść mediów przemawiają również najnowsze wyniki badań dotyczących stopnia przyswajalności nowego materiału i szybkości uczenia się. Przy zastosowaniu technik multimedialnych udaje się utrzymać pełną koncentrację uwagi ucznia przez ok. 50 minut, natomiast stosując konwencjonalne techniki uzyskuje się koncentrację na ok. 20 minut. Na podstawie praktycznych zastosowań technik audiowizualnych ustalono, że prowadzą one nie tylko do skrócenia niezbędnego czasu nauczania, ale pozwalają też lepiej zrozumieć materiał. Procentowo określa się, że skuteczność nauczania (w porównaniu do metod klasycznych) jest o ok. 50% wyższa, zrozumienie tematu o 50 - 60% większe, tempo uczenia się o 60% szybsze, zakres przyswojonej wiedzy o 25 - 30% większy, oszczędność czasu wynosi 40 - 70%.

Kompetencja rozróżniania i oceny różnych gatunków i form medialnych

Uczniowie na bazie rozpoznania możliwości i granic jakie posiada każde medium w sposobie i zawartości przesyłanej informacji zdobywają umiejętność specyfikacji różnych form jak obraz czy tekst, technik jak różne ujęcia kamery (co sugestywnie wpływa na odbiór u widza). Nauka systemu znaków poszczególnych mediów, a więc ich „języka” decyduje o sukcesie lub porażce w stosowaniu określonego medium lub technik w przekazie wiadomości. Ten nowy język i jego umiejętne stosowanie wchodzi w dotychczasowy kanon nauki podstawowych umiejętności czytania, pisanie i liczenia.

Kompetencja w aktywnym tworzeniu medialnych produktów

Uczniowie wykorzystując własne pomysły tworzą medialne produkty jak dokument (np. fotoreportaż z budowy mostu, otwarcia muzeum, własny blog) publicystyka, (słuchowisko) czy też formy fikcjonalne jak film na wideo lub komputerowa symulacja.

Warto przypomnieć taki produkt jak gazetka klasowa czy szkolna, która była dla wielu redaktorów warsztatem dziennikarskiego abecadła. Gazeta nie tylko daje możliwości nauki form dziennikarskich ale też współtworzy opinię społeczną. Internet daje tutaj nowe możliwości dystrybucji , nie tylko druk na ksero, ale globalny dostęp i możliwość odzewu u czytelników.

Kompetencja oceny pozytywnych i negatywnych skutków oddziaływania informacji i przekazów medialnych na społeczeństwo, rodzinę i jednostkę.

Celem jest rozeznanie, że media wpływają na człowieka. Ten wpływ dotyczy różnych poziomów jak uczucia (rozrywka, napięcie, strach) wyobrażenia (o rodzinie, pracy, czy polityce), wreszcie zachowania i normy. Na tej podstawie można podjąć próbę przepracowania zahamowań, fałszywych wyobrażeń czy nieakceptowanych zachowań i norm.

Kompetencja w ocenie warunków tworzenia produktu medialnego

Ten zakres pozwala na zapoznać się z organizacyjnymi, ekonomicznymi, prawnymi i politycznymi aspektami systemu medialnego w kraju. Na warsztatach uczniowie mogą wejść w rolę redaktora wiadomości, który z wielu informacji jest zmuszony dokonywać selekcji. Według jakich kryteriów się to dokonuje? „Redaktor” uczy się w zespole tworzenia takich kryteriów. Jakie kryteria powinny służyć tworzeniu wiadomości w TV publicznej a jakie w TV prywatnej? Dwie lub więcej takich redakcji tworzą swój własny program informacyjny. Jego prezentacja pokazuje bardzo szybko różnice. Dotyczą one samego wyboru, (poziom sensacji we wiadomościach czy też inne walory?), ich kolejność w prezentacji, formę (wybrane obrazy i



napisy). Refleksja nad końcowym produktem pozwala na głębsze zrozumienie organizacyjnych, ekonomicznych i technicznych ram systemu medialnego.

5. Zakończenie

Wychowanie pozostaje w każdej epoce celem pracy dla i nad młodym pokoleniem. W epoce mediów nie chodzi tu wyłącznie o ćwiczenia w sprawnym technicznym posługiwaniu się mediami lecz o wprowadzenie młodych w świat, który zmienia się na ich i naszych oczach. Jest to temat wielu dyskusji, także w naszych szkołach. Jednak często zdaje się, że dyskusje kończą się na pytaniu jak najszybciej i najefektywniej włączyć Internet do naszych lekcji. Niedługo emocje związane z wprowadzeniem komputera, Internetu do szkoły ostygną. Wkrótce komputer w szkole stanie się czymś tak codziennym jak tablica i kreda. Do podstawowych umiejętności jakie uczy szkoła: jak umiejętności czytania, pisania i liczenia dojdzie nowa umiejętność: rozumienie, ocena i obróbka medialnego systemu znaków.

Jak pokazują dyskusje celem wychowania jest kształtowanie osobowości człowieka, który będzie w stanie aktywnie tworzyć nowy etap społeczeństwa medialnego mając na uwadze szanse i ryzyka nowego czasu. Chodzi o tworzenie „kompetencji życia” w nowej rzeczywistości. Stąd budowanie szeroko rozumianych kompetencji komunikacji także medialnej jest obecnie jednym z głównych celów edukacji. Tylko świadomy odbiorca, a więc uczeń wyposażony w odpowiednie narzędzia deszyfracji, nie będzie bezbronny wobec różnorodności tekstów kultury i posiadał będzie rzecz najważniejszą - umiejętność oceny, co za tym idzie – trafnego wyboru. Jako kompetentny odbiorca nie będzie pasywnym konsumentem, lecz zdolny będzie do rozszyfrowywania złożonych mechanizmów znaczeniowych, a w tym ukrytych intencji instrumentalnych i manipulacyjnych, a także do aktywnego współtworzenia oferty medialnej.