

Wstęp

Współczesność wymusza i jednocześnie zachęca do uczenia się przez całe życie. Wiedza nie jest czymś stałym i ograniczonym, to proces nieustannego weryfikowania treści i nabywania nowych informacji, umiejętności i kompetencji. Rzeczywistość społeczno-kulturowa i niesamowity postęp technologii komunikacyjnych sprawiają, że informacja, szybkość, jakość i sposób komunikowania stają się istotnym elementem obecności człowieka w społeczeństwie i jakości przebiegu procesu edukacyjnego. Media współkreują krajobraz edukacji społeczno-kulturowej społeczeństwa i mają wpływ na jej postrzeganie, szczególnie młodego pokolenia. Jednocześnie same oceniają rzeczywistość i same są poddawane ocenie.

Przedmiotem zainteresowań pedagogiki medialnej jako stosunkowo młodej, choć prężnie rozwijającej się subdyscypliny pedagogicznej, jest m.in. budowanie potencjału mediów w procesie kształcenia, wychowywania, samokształcenia, kształcenia równoległego oraz kształcenia na odległość. Edukacja z udziałem mediów stała się faktem i przebiega zarówno w sposób formalny, jak i nieformalny. Na niewiele zdały się postulaty środowiska pedagogów medialnych i medioznawców, apelujących o wdrożenie do polskich szkół przedmiotu „edukacja medialna”. Apel stał się głuchym wołaniem o potrzebę usystematyzowania edukacji medialnej, która i tak *de facto* ma miejsce, choć odbywa się głównie poza murami szkoły, często w samodzielnych dociekaniach i poszukiwaniach na potrzeby własne. Młodzi ludzie szczególnie chętnie korzystają z nowoczesnych rozwiązań technologii komunikacyjnych. Korzystają z portali społecznościowych, prowadzą blogi, zakładają strony internetowe, uczestniczą w forach dyskusyjnych, korzystają z różnych portali i platform edukacyjnych oraz form rozrywki. Medialność to istotna cecha współczesnego człowieka, szczególnie młodego pokolenia, które od urodzenia ma kontakt z różnego

rodzaju mediami. Tym samym media stały się naturalnym środowiskiem aktywności dzisiejszych nastolatków – „cyfrowych tubylców”.

Media wkraczają we wszystkie obszary życia człowieka, uczestniczą w przybliżaniu i kreowaniu różnorodności przestrzeni edukacyjnych. Są obecne w budowaniu przestrzeni dialogu, są platformą zdobywania nowych informacji, ostrzegają przed zagrożeniami i skutkami bezkrytycznego korzystania z mediów lub bezrefleksyjnego ufania treściom przez nie przekazywanym, pełnią rolę usługową, np. w postaci sklepów internetowych. Uczestniczą w edukacji wielokulturowej, językowej, finansowej, turystycznej, zdrowotnej, artystycznej, są obecne podczas debat społecznych, itd. Media dbają o pluralizm i różnorodność wyrażanych idei, opinii, zróżnicowania kulturowego oraz możliwość uczestniczenia i dbania o przestrzeganie zasad demokracji.

Rynek medialny jest bardzo zróżnicowany, zarówno globalny, jak i lokalny, również w zakresie własności, zarówno prywatnych jak i publicznych, pod względem ich specyficznych aspektów komercyjnych i konkurencyjnych. Ich różnorodność można rozpatrywać w kategoriach wartości, ponieważ zarówno wielość treści, jak i sposobów przekazu pozwalają na dostosowanie oferty medialnej do swoich potrzeb indywidualnych i grupowych. Współczesna edukacja winna nadążać za zmianami społeczno-kulturowymi i związanymi z nimi ewaluującymi wyzwaniem edukacyjnymi. Uczeń powinien odnajdować się zarówno w najbliższej, lokalnej rzeczywistości, jak również rozumieć procesy zachodzące w całym kraju i świecie, dostrzegając globalne zmiany i perspektywy przemian.

Edukacja medialna rozumiana jest jako wychowanie do mediów i nabywanie kompetencji medialnych – ang. *media literacy*. Jest procesem kształcenia potencjalnych i aktywnych użytkowników mediów do odpowiedzialnego obcowania z mediami oraz stawania się świadomym obywatelem. Edukacja do mediów to wymóg współczesnych czasów i potrzeba edukacyjna. Przy czym przy niekorzystnym systemie szkolnym odnośnie edukacji medialnej, należy poszukiwać sposobów edukowania medialnego poza murami szkoły, m. in. w środowisku lokalnym. Media lokalne i sublokalne, szczególnie te niezależne, najlepiej znają swój teren oddziaływania, potrzeby i ograniczenia w działalności społecznej. Ukazują nawet najmniejsze inicjatywy godne zauważenia i upowszechniania, są tubą społeczności lokalnej, uczestniczą w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego, działaniach demokratycznych, propagują ideę samorządności. Mimo wielu swoich wad i ograniczeń, media

lokalne (środowiskowe) podkreślają różnorodność społeczno-kulturową poszczególnych zakątków kraju.

Publikacja składa się z trzech rozdziałów. Pierwszy zatytułowany *Media lokalne w edukacji* zwraca uwagę na potencjał i potrzebę uwzględnienia w przestrzeni edukacyjnej mediów środowiskowych, niosących ze sobą bogactwo lokalnej kultury, możliwość partycypowania w procesie kształtowania się wizerunku, sposobów komunikowania i jakości lokalnych przestrzeni społeczno-kulturowych. Agnieszka Roguska apeluje o to, by edukacja medialna została wprowadzona do szkół jako oddzielny przedmiot, uwzględniając przemiany globalne i lokalne oraz wartości przez nie transmitowane. Chcąc kształcić młode pokolenie, proces edukacyjny musi w sposób płynny i permanentny wchodzić w niuanse przeobrażeń społeczno-kulturowych, które w dużej mierze prezentowane, ale też generowane są przez rozwój masowych środków komunikowania tych z najbliższego otoczenia i tych dalszych. Joanna Szegda skupia się na mediach obywatelskich pod kątem ich umiejscowienia w połączeniu przestrzeni globalności i lokalności. Autorka podkreśla, że media obywatelskie sprzyjają rozwojowi demokratycznego społeczeństwa, pełnią funkcję integrującą, edukacyjną i kulturotwórczą. Jan Jaroszyński pisząc o konwergencji radia zwrócił uwagę na to, że to proces nie tylko wprowadzania nowoczesnych technologii, ale jednocześnie konwergencja zawartości samych treści przekazu. Radio jako środek komunikowania i element kultury medialnej ma służyć osobie i społeczeństwu, stojąc na straży przestrzegania podstawowych wartości, jak: prawo do wyrażania swoich poglądów z poszanowaniem racji rozmówcy traktowanego jako równego sobie partnera, prawda, równość wobec prawa, odpowiedzialna wolność. O skuteczności i jakości samorządowego komunikowania lokalnego w województwie mazowieckim traktuje artykuł Roberta Rajczyka i Patrycji Szostok. Prezentują wyniki badań dotyczących funkcjonujących rozwiązań rozpowszechniania informacji na poziomie lokalnym w województwie mazowieckim. W wyniku uzyskanych danych stwierdzają, że efektywna polityka komunikacyjna nie jest kwestią priorytetową dla jednostek samorządu terytorialnego. Deklarowane instrumenty polityki komunikacyjnej to w głównej mierze formy tradycyjne - urzędowe, mało atrakcyjne dla potencjalnych użytkowników i tym samym mało skuteczne. Paulina Olechowska podkreśla rolę środków masowego przekazu i dziennikarstwa transgranicznego w komunikacji międzykulturowej, wpisanej w funkcjonowanie polsko-niemieckiego pogranicza. Na podstawie współpracy lubuskiego dziennika regionalnego „Gazeta Lubuska” i branden-

burskiego „Lausitzer Rundschau” autorka uwydatnia znaczenie wspólnego dialogu w obalaniu stereotypów, podejmowaniu wspólnych działań, dążeniu do wzajemnego rozumienia, poszanowania i upowszechniania zróżnicowanej kultury obszaru polsko-niemieckiego sąsiedztwa.

Rozdział drugi pt. *Nowoczesne i mobilne technologie internetowe w edukacji* odnosi się do zagadnień związanych z mediami o szerokim spektrum odbioru i oddziaływania społecznego. Nowe media m.in. w postaci mediów społecznościowych (*social media*) stały się przedmiotem zainteresowania Małgorzaty Laskowskiej, która w swoich dywagacjach ukazała w jaki sposób media społecznościowe mogą być wykorzystywane w edukacji i na ile szkoły różnego rodzaju i szczebla są otwarte na te nowoczesne, oparte na mobilnej technologii, narzędzia edukacyjne. Istotnym elementem tej analizy jest odwołanie się do badań, ukazujących popularność portali lub serwisów społecznościowych wśród młodzieży. Wojciech Gustowski prezentuje możliwości wykorzystania serwisu Nakanapie.pl jako platformy działań z zakresu marketingu i public relations przez polskie wydawnictwa książkowe. Określa charakter omawianego medium jako reprezentatywnego dla grupy serwisów społecznościowych poświęconych książce, ukazuje sposoby budowania kontaktu wydawnictwa z czytelnikiem, skupiając się głównie na takich formach komunikacji marketingowej, jak: badanie rynku, marketing szeptany, reklama, narzędzia z zakresu public relations czy wykorzystanie blogosfery dla osiągnięcia zamierzonych celów biznesowych. Krzysztof Stanikowski zwraca uwagę na to, że cywilizacja medialna wraz z tworzącą ją kulturą jest formą życia zbiorowego, w której zwrot ku przeszłości, oraz rejestrowanie i utrwalanie tego, co odchodzi w przeszłość, nadaje sens teraźniejszości. Tak rozumiana zależność jest kulturą repetycji. Jest ona składową kulturą medialnej, stanowiącej fundament nowo powstającej cywilizacji i wchodzi w skład przestrzeni społecznej sieci Web 2.0.

Rozdział trzeci – *Media w różnorodności przestrzeni edukacyjnych*, obejmuje problematykę mediów w różnych kontekstach społecznych i edukacyjnych. Podkreśla się tym samym obecność mediów w różnych obszarach życia człowieka. Krzysztof Kulasza i Paweł Gromek podejmują kwestię udziału mediów w zarządzaniu kryzysowym, a w szczególności podczas tworzenia procedur przygotowawczych, edukowania społeczeństwa, wyjaśniania zachodzących zjawisk, procesów związanych z bezpieczeństwem narodowym i podejmowanych w związku z tym decyzji, wczesnego ostrzeżenia o zagrożeniach i formułowania ocen podmiotów państwowych odpowiedzialnych

za działania podjęte podczas reagowania kryzysowego. W obliczu kryzysu finansowego, Agnieszka Łukasiewicz-Kamińska podejmuje zagadnienie edukacji finansowej z udziałem mediów, zwracając jednocześnie uwagę na niewielką wiedzę w zakresie finansów wśród polskiego społeczeństwa. Media pomagają w zdobywaniu podstawowej wiedzy na temat finansów osobistych, ostrzegają przed bezrefleksyjnym lokowaniem swoich oszczędności. W Polsce brakuje powszechnych działań edukacyjnych nadążających za szybkim rozwojem rynków finansowych. W artykule autorka przedstawia przykłady dobrych praktyk w zakresie edukacji finansowej prowadzone w mediach. Ewa Jaska i Antonina Snopkiewicz podkreślają znaczenie telewizji publicznej, w tym programów regionalnych oddziałów terenowych Telewizji Polskiej S.A., w popularyzowaniu turystyki z wykorzystaniem: magazynów śniadaniowych, serii podróźniczych, relacji z wydarzeń kulturalnych i muzycznych, audycji podróźniczych oraz spotów reklamowych. Michał Klementowicz w swoich dywagacjach odwołuje się do nauk papieża Benedykta XVI dotyczących roli i znaczenia mediów w komunikacji społecznej i duchowo-moralnym funkcjonowaniu człowieka. Zadania proedukacyjne mediów dotyczą budowania wymiaru aksjologicznego, ewangelizacyjnego i szeroko rozumianej społeczno-kulturowej płaszczyzny funkcjonowania człowieka. Ciekawy sposób usytuowania zagadnienia twórczości artystycznej w medialnej przestrzeni proponuje Eugeniusz Józefowski i Janina Florczykiewicz. Obecność sztuki w mediach jest niezaprzeczalna i niezwykle potrzebna, wprowadzając swojego odbiorcę w inną, artystyczno-estetyczną przestrzeń. Możemy dzięki temu śledzić również nowe sposoby tworzenia, odbierania i interpretowania sztuki. Autorzy artykułu wprowadzają nas w problematykę przestrzeni medialnej w sztuce postawangardowej, dokonując analizy warsztatu twórczego jako formy sztuki efemerycznej. Przedstawiają badania jakościowe nad strukturą doświadczenia estetycznego, inspirowanego działaniem warsztatowym i wyłaniania się obrazu tożsamości pod wpływem wewnątrzpodmiotowych doświadczeń towarzyszących kreacji artystycznej.

Publikacja jest próbą przyjrzenia się dotychczasowej edukacji z udziałem mediów oraz otwarcia się na nowe możliwości, obszary i formy edukacji medialnej z udziałem mediów lokalnych i globalnych, z wyjściem poza edukację formalną. Ma zachęcać do przemyśleń i inspiracji w zakresie prowadzenia edukacji medialnej i korzystania z jej dobrodziejstw, poszukując innych, czasem niekonwencjonalnych sposobów nabywania kompetencji medialnych. Różnorodność oglądu i wchodzenia w relacje społeczne, wymaga różnorod-

ności wykorzystywania nowoczesnych środków komunikowania, uczenia się oraz nauczania w drodze ku lepszej, bardziej świadomej rzeczywistości społeczno-kulturowej i edukacyjnej.

Agnieszka Roguska