

Cyfrowy krajobraz

Rozwój mediów a kompetencje medialne dzieci i młodzieży

Ks. Krzysztof Łuszczek, doktor, medioznawca, adiunkt w Katedrze Pedagogiki i Psychologii Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Szczecińskiego

Kiedy powstawało radio (pod koniec XIX wieku) i telewizja (na początku XX wieku) uważano powszechnie, że będą to narzędzia edukacji. Jeszcze w latach 20. XX wieku zarezerwowano w USA kilkadziesiąt koncesji dla edukacyjnych nadawców radiowych. Prawie wszystkie upadły, nie wytrzymały komercyjnej presji. To samo stało się z nadawcami telewizyjnymi. W latach 50. zaczęto wręcz wyraźnie dostrzegać negatywne aspekty wpływu programów telewizyjnych na dzieci i młodzież.

W tym samym czasie szef Federal Communication Commission w USA (odpowiednik polskiej Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji), N. N. Minow, w swoim słynnym przemówieniu mówił o amerykańskiej telewizji jako o „rozległym pustkowiu” (*vast wasteland*). Na tym rozległym pustkowiu nie można było znaleźć nic wartościowego, kształcącego, inspirującego. W następnych dekadach było już tylko gorzej, co zmusiło społeczeństwo do działań chroniących najmłodszych odbiorców mediów zarówno na płaszczyźnie prawnej, obywatelskiej, jak i na poziomie działań wychowawczych w rodzinie.

Co oglądają dzieci?

Krajobraz medialny uległ znaczącym zmianom pod koniec XX wieku, kiedy zwiększyła się popularność internetu i nastąpiła szybka cyfryzacja

mediów. Środowisko medialne dzieci i młodzieży tworzą dziś przede wszystkim telewizja, internet oraz urządzenia mobilne. Telewizja od lat 90. XX wieku była konfrontowana z silnie rozwijającą się globalną siecią komputerową. Poradziła sobie w tej konfrontacji, oferując w XXI wieku nowy produkt – telewizję cyfrową. Dlatego wciąż jest to medium atrakcyjne, zarówno dla reklamodawców, jak i odbiorców. Atrakcyjne jest również dla dzieci i młodzieży. Według badań z 2012 roku, zrealizowanych przez Interactive Research Center, 95,1 proc. polskich dzieci ogląda telewizję codziennie. Jedynie co piąte dziecko ogląda telewizję w towarzystwie rodziców. Badania o rok wcześniejsze mówią, że 39 proc. dzieci ma telewizor w swoim pokoju. Co więcej, rodzice zostawiają swoje pociechy przed telewizorem na wiele godzin. Co oglądają dzieci? Na początku 2014 r. najbardziej popularny wśród dzieci w wieku 4–12 lat był Polsat (10,99 proc.), potem TVN (8,45 proc.) i TVP1 (5,77 proc.). Pierwszy kanał skierowany do dzieci – Nickelodeon – z wynikiem 5,18 proc. zajmował czwarte miejsce. Nic więc dziwnego, że oglądanie telewizji jest najczęściej wymieniane jako forma spędzania wolnego czasu przez dzieci (76 proc.). Dla porównania: uprawianie sportów drużynowych wybiera 24 proc. dzieci, czytanie książek – 50 proc. a pomoc innym i wolontariat – 5 proc.

Polskie dzieci i młodzież bardzo chętnie korzystają z internetu. W połowie pierwszej dekady XXI wieku z sieci korzystało 96 proc. uczniów. Z tej grupy 53 proc. czyniło to w domu, a 43,5 proc. w szkole. Pod tym względem zaczynaliśmy wyprzedzać nawet stare kraje Unii Europejskiej. Opublikowany w 2009 roku *EU Kids Online: Final Report* informuje, że z internetu w Polsce korzystało 89 proc. dzieci w wieku 6–17 lat, podczas gdy średnia dla całej Unii wynosiła 75 proc. W Belgii było to 71 proc., w Hiszpanii 70 proc., a we Włoszech

tylko 45 proc. Tak więc polskie dzieci i młodzież są bardzo mocno zaangażowane w cyberprzestrzeń, wielokrotnie dużo bardziej niż ich rówieśnicy z innych krajów Unii. To samo badanie pokazało, że 82 proc. polskich rodziców to internauci.

Smartfon dla każdego

Medium, które nabiera dziś dla dzieci szczególnego znaczenia, jest telefon komórkowy i wszelkie urządzenia mobilne. Telefon komórkowy (czy coraz częściej smartfon) umożliwia młodym ludziom w miarę niezależną od rodziców i relatywnie tanią komunikację. Telefon to jednak coś więcej niż zwykłe urządzenie. To popkulturowy gadżet. Dlatego dla młodego człowieka liczą się różne jego funkcje czy wygląd. Podejście do telefonu komórkowego zmieniło wprowadzenie na rynek przez firmę Apple w 2007 roku pierwszego iPhone'a. Wielu okrzyknęło to urządzenie „telefonem komórkowym na nowo wymyślonym”.

W 1997 roku telefon komórkowy w Polsce posiadało jedynie 2 proc. populacji. W ogóle nie brano pod uwagę, że mogą używać go dzieci. Wraz z rozbudową systemu sytuacja zaczęła się jednak szybko zmieniać. W 2002 roku już 6 proc. dzieci w wieku 9–14 lat miało telefon komórkowy. Odsetek zaczął szybko wzrastać. W 2006 roku już 26 proc. dzieci w wieku 7–14 lat posiadało telefon. Dwa lata później było to 34 proc. Jednocześnie coraz młodsze dzieci otrzymywały telefony. „Komórka” stała się popularnym prezentem na I Komunię Św. Obecnie duża grupa dzieci nie wyobraża sobie życia bez telefonu. Według danych TNS OBOP 60 proc. korzysta z niego w czasie lekcji a 44 proc. w czasie rodzinnego posiłku.

Tak mocne przeniknięcie mediów w środowisko wychowawcze rodzi określone problemy. Wiele jest już dobrze znanych. Są to m.in. szkodliwe treści, do których mogą mieć dostęp dzieci za pośrednictwem mediów. Chodzi zwłaszcza o treści wypełnione przemocą, rasizmem, a przede wszystkim pornografią (niektórzy uważają, że dotyczy jej 30 proc. ruchu w internecie).

Cyberprzemoc

Dobrze został rozpoznany problem cyberprzemocy w internecie. Ma ona szereg różnych form, ale najczęściej jej narzędziami są telefony komórkowe oraz internet. Prawie połowa nastoletnich użytkowników sieci doświadczyła jakiejś formy agresji, bardzo często od osób, które znają w realnym świecie. Internet stał się również wygodnym miejscem dla poszukiwania ofiar przez pedofilów. Ich wykrycie może być o tyle trudne, że mogą ko-

rzystać z urządzeń mobilnych. Powstaje coraz więcej wyspecjalizowanych organizacji, które zajmują się szybkim reagowaniem na przejawy seksualnych zaczepek wobec dzieci, a także na umieszczanie pornografii dziecięcej w sieci. Jedne z największych zasług na tym polu posiada brytyjska *Internet Watch Foundation*. Jest to organizacja pozarządowa, ale ściśle współpracująca z brytyjskim rządem, policją i dostawcami internetu. Sukces jej działań wynika przede wszystkim z dostarczenia użytkownikom przejrzystego systemu raportowania zagrożeń. Rodzice mogą szybko wypełnić prosty formularz i przesłać do fundacji. Jeżeli faktycznie zgłoszenie było uzasadnione, to od momentu jego wysłania do usunięcia materiałów z internetu lub podjęcia działań przez policję nie mija więcej niż kilka godzin.

Problemy cyberprzemocy są stale monitorowane. Zajmują się tym nie tylko naukowcy, ale także wyspecjalizowane agencje rządowe i policja. Niektóre przejawy cyberprzemocy (np. stalking) dotyczą również często osoby dorosłe. Ale pojawiają się nowe zagrożenia. W związku z rozwojem internetu drugiej fali i rozbudową platform społecznościowych, nowego wymiaru nabrały problemy ochrony danych osobowych i podejście do prywatności w naszym życiu. Wiele działań mediów społecznościowych mierzy wprost w najmłodszych użytkowników, jako w grupę docelową. Google planuje na przykład założenie specjalnych kont dzieciom poniżej 13 roku życia, czyli poniżej minimalnego ustalonego wieku w większości krajów (w Holandii wymagany wiek uprawniający do założenia swojego konta to nawet 16 lat). Korporacje internetowe realizują przede wszystkim swój cel biznesowy, a każde nowe konto to dodatkowe zyski.

Nauka kompetencji medialnych

Ponieważ młodzi użytkownicy mediów są coraz bardziej narażeni na negatywne konsekwencje korzystania z nowych technologii, istnieje pilna potrzeba umiejętnego wprowadzenia młodego pokolenia w mediosferę. W toku wychowania powinni nabyć kompetencji medialnych. W wąskim zakresie dotyczy to umiejętności krytycznego dekodowania przekazu mediów. W sensie szerokim jest to także umiejętność tworzenia komunikatów medialnych. Izraelska badaczka, Dafna Lemish, określa kompetencje medialne jako „niekończący się proces analizy sposobów poszukiwania sensu i tworzenia go za pośrednictwem tekstów medialnych, a także mechanizmów, które w tym celu wykorzystują inne osoby”. Ma to więc być nie tylko rodzaj „edukacyjnej szczepionki”, ale również pew-

ne umiejętności interpretacyjne dotyczące tekstów medialnych. Zawartość treściowa takich działań może być bardzo szeroka. Od historii i ekonomii mediów, poprzez systemy i gatunki medialne, aż po elementy warsztatu dziennikarskiego.

Nabycie kompetencji medialnych stanowi istotę edukacji medialnej. Aby mogła ona zakończyć się sukcesem, powinna realizować się na kilku poziomach.

Pierwszy poziom, najbliższy dziecku, realizuje się w rodzinie. Rodzicom nie może być obojętne, z jakich mediów i w jaki sposób korzystają ich dzieci. Nie można też wszystkiego sprowadzić do kontroli. Powinna jej towarzyszyć rozmowa, a przede wszystkim pokazanie stylu życia nie koncentrującego się na mediach.

Drugi poziom to działania obywatelskie. Tu jest miejsce na wprowadzenie odpowiednich treści w programach szkolnych. Ale istotną rolę odgrywają także organizacje pozarządowe. Z jednej strony dostarczają one rodzicom odpowiedniej pomocy w edukacji medialnej na poziomie rodziny, a z drugiej wywierają presję na korporacje medialne w kierunku respektowania praw młodych użytkowników technologii (w Polsce najbardziej efektywnie działa tutaj Stowarzyszenie Twoja Sprawa z Warszawy).

Trzecią płaszczyznę stanowią działania agend rządowych. To odpowiednio stanowione prawo chroniące młodych odbiorców i dyscyplinujące media.

W nabyciu kompetencji medialnych istotną rolę mogą odegrać same media. O mediach społecznie odpowiedzialnych zaczęto mówić w latach 60. minionego wieku w Stanach Zjednoczonych. Był to efekt dostrzeżenia negatywów w przekazie amerykańskiej telewizji. Przyczyną negatywnych zmian była przede wszystkim skrajna komercjalizacja tego medium. W wyniku nacisku społecznego powstał wówczas segment amerykańskiej telewizji publicznej – *Public Broadcasting Service*. To PBS spopularyzowała niedługo później edukacyjny program dla dzieci „Ulica Sezamkowa” wyprodukowany przez *Children's Television Workshop*. Mimo że programy PBS nie posiadają wysokiej

oglądalności i często mają problemy z finansowaniem, to Amerykanie są przywiązani do idei telewizji użytecznej społecznie.

Zakończenie

Dzieci wobec współczesnych mediów nie mogą być pozostawione same sobie. Ich sposób uczestnictwa w mediosferze powinien wzbudzać zainteresowanie przede wszystkim rodziców, ale również szkoły i wszystkich, którzy biorą odpowiedzialność za wychowanie. Jest to inwestycja nie tylko na teraz, ale również na przyszłość. Jak podkreśla się w wielu dokumentach, także unijnych, propagujących ideał obywatelskiego społeczeństwa, przyszłość nie jest możliwa bez właściwie pojętej edukacji medialnej.

Bibliografia

- 47,1 mln abonentów telefonii komórkowej w Polsce, <http://www.wirtualnedia.pl>, data dostępu: 23.07.2011).
- 54,2 proc. Polaków to internauci. Facebook i YouTube w górę, <http://www.wirtualnedia.pl>, data dostępu: 21.04.2011.
- 96 proc. polskich uczniów korzysta z internetu, <http://www.wirtualnedia.pl>, data dostępu: 07.02.2007.
- Barber B.: *Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantyлізуje dorosłych i połyka obywateli*, Warszawa 2008.
- Dziecko – konsument i respondent. Komunikat z badań SMG/KRC*, <http://www.millwardbrown.com/Locations/Poland>, data dostępu: 23.07.2011.
- Fisherker J. E.: *Growing Up with Television. Everyday Learning Among Young Adolescents*, Philadelphia 2002.
- Jak Polacy oglądają telewizję?*, <http://www.wirtualnedia.pl>, data dostępu: 19.07.2011.
- Lemish D.: *Dzieci i telewizja. Perspektywa globalna*, Kraków 2008.
- Livingstone S., Hadron L.: *EU Kids Online: Final Report*, London 2009.
- Łuszczek K.: *Kontrola społeczna nad dziećmi i młodzieżą w środowisku mediów elektronicznych. Studium porównawcze na przykładzie Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Polski*, Szczecin 2013.
- Łuszczek K.: *Niezwykłe początki. Jak powstała telewizja, internet i telefon komórkowy*, „Symbolae Europaeae” 2010, nr 3, s. 133–146.
- Singer D. G., Singer J. L. (red.): *Handbook of Children and the Media*, London, New Delhi 2001.
- Strasburger V. C., Wilson B. J., Jordan A. B.: *Children, Adolescents, and the Media*, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore 2009.
- Turkle S.: *Samotni razem. Dlaczego oczekujemy więcej od zdobczych techniki, a mniej od siebie nawzajem*, Kraków 2013.