

ANNA GĘBALSKA-BEREKETS

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

Wydział Teologiczny

PLATFORMY MULTIMEDIALNE PRZESTRZENIA DO KOMUNIKACJI ON-LINE. NOWE WYZWANIA DLA EDUKACJI MEDIALNEJ

MULTIMEDIA PLATFORMS AS THE SPACE FOR ON-LINE
COMMUNICATION. NEW CHALLENGES FOR MEDIA EDUCATION

ABSTRACT:

Multimedia łączą w sobie wiele form przekazu. Konwergencja mediów i ich różnorodność nie pozostają bez wpływu na percepcję odbiorców. Artykuł podejmuje tematykę związaną z platformami multimedialnymi jako narzędziem służącym komunikacji on-line. Przemiany zachodzące w obszarach aktywności ludzkiej w sieci wymagają właściwego podejścia edukacyjnego.

Multimedia combines many forms of communication. Media convergence and their diversity exercise significant influence on the perception of recipients. The article deals with topics related to multimedia platforms as a tool for online communication. Changes taking place in areas of human activity on the web require a proper educational approach.

Multimedia łączą w sobie wiele form przekazu informacji: dźwięk, obraz, tekst, animacje. Różnorodność połączeń wpływa na percepcję odbiorców. Interaktywność pobudza zmysły, stwarzając różne formy komunikowania się w sieci. Wykorzystuje się je obecnie na wielu płaszczyznach: w edukacji, biznesie, w prowadzeniu szkoleń, relacji z wydarzeń i w szeroko rozumianym marketingu. Są pomocne w różnych dziedzinach aktywności ludzkiej, łączą ze sobą możliwości, jakie dają dźwięk, obraz i tekst. Inspirują, są pewną bazą udostępnianych informacji. Niestety źle wykorzystywane mogą znacząco wpływać na świadomość odbiorcy i kształtować taki, a nie inny sposób postrzegania rzeczywistości. Rzeczywistość cyfrowa dynamicznie się zmienia, dlatego koniecznym staje się wprowadzenie kreatywnej edukacji medialnej, dostosowanej do nowych sposobów kształtowania obrazu świata, źródeł informacji i mentalności użytkowników mediów. Głównym celem artykułu jest wskazanie, w jakim zakresie platformy multimedialne stanowią nową przestrzeń do komunikacji on-line i jakie wyzwania wobec tej rzeczywistości stoją przed edukacją medialną. Przemiany technologiczne wymagają

redefinicji pojęć i zupełnie innego podejścia do zmediatyzowanej rzeczywistości społecznej.

Multimedialność jako wielość środków komunikowania

Platformy multimedialne są wykorzystywane do wideokonferencji, umożliwiają w ten sposób nawiązanie zdalnej współpracy i zapewniają możliwość interakcji, generując oszczędności. Obecnie tekst nie jest w stanie utrzymać uwagi odbiorcy, nie zaspokaja w pełni jego ciekawości i nie nasycza jego zmysłów. Nie jest też zapamiętany na długi czas. Forma drukowana pomocy dydaktycznych czy relacji z konferencji nie trafia zazwyczaj do szerszego grona recipientów. Pojawiają się też niekiedy trudności z dotarciem do wielu źródeł. Platformy stwarzają lepszy dostęp do edukacji. Młodzi ludzie niezbyt chętnie zapamiętują to, co jest przekazywane werbalnie. Pojawia się w nich niedosyt związany z brakiem interaktywności i pobudzeniem wyobraźni za pomocą elementów graficznych. Rozwój technologii cyfrowej pociąga za sobą zmiany programów nauczania i bardzo często włączanie w edukację mediów elektronicznych.

Rozgłoszenie radiowe i stacje telewizyjne ukierunkowują się na swoich wirtualnych słuchaczy. Jak zwraca uwagę Agnieszka Roguska, multimedia są „obecnie dziećmi” nowoczesnej technologii. To wielość procesu komunikowania, powiązań, które są w ciągłej i zauważalnej transformacji¹. „Multimedialność skupia uwagę odbiorcy nie na tekście, lecz na obrazie. Słowo zdaje się tu pełnić rolę służebną, ma nas doprowadzić do obrazu” – podaje J.K. Bobryk². Obecnie szybkość postrzegania świata i powszechność poszukiwania informacji powodują, że coraz częściej odbiorcy czerpią z multimediiów.

Zdaniem wielu psychologów i socjologów, cywilizacja obrazu i rozwoju nowych form interakcji to duch czasu wyrażający nowy styl życia. Celem niniejszego artykułu nie jest jedynie wskazanie na negatywny wpływ obrazu i uznanie go za zło wcielone i przyczynę do marginalizacji języka. Marc Prensky (amerykański pisarz i autor wielu publikacji na temat edukacji) w 2001 r. nazwał współczesnych młodych ludzi korzystających z Internetu „Digital Natives”, czyli „sieciowymi tubylcami”³. Dorastają oni z nowymi technologiami, spędzając czas w otoczeniu różnorodnych narzędzi cyfrowych. Wykorzystywanie platform multimedialnych obecnie to już nie tylko domena młodych ludzi, a więc pojęcie „sieciowych tubylców” należałoby rozszerzyć.

Ponad 30 lat temu wraz z pojawieniem się w sieci zdjęcia Tima Bernesa-Lee rozwinęła się cała machina platform multimedialnych. Pierwszy obraz

¹ Zob. A. Roguska, *Media globalne – media lokalne. Zagadnienia z obszaru pedagogiki medialnej i edukacji regionalnej*, Kraków 2012, s. 43.

² J.K. Bobryk, *Świadomość człowieka w epoce mediów elektronicznych. Znak, język, rzeczywistość*, Warszawa 2004, s. 94.

³ Za: D. Demel, *Zapobieganie zachowaniom problemowym dzieci w Internecie jako zadanie dla edukacji medialnej*, w: *Media w edukacji. Wymiar kulturowy i aksjologiczny*, red. A. Roguska, Siedlce 2013, s. 201.

w wirtualnej przestrzeni był kamieniem milowym w udostępnieniu możliwości umieszczania innych takiego typu materiałów w Internecie.

Idea YouTube – najpopularniejszej ogólnodostępnej platformy multimedialnej w sieci

Platforma YouTube pełni funkcje edukacyjne na kilku zasadniczych poziomach: jako baza materiałów multimedialnych, jako miejsce komunikacji medialnej, obiekt badań medioznawczych i kanał prezentacji różnorodnych grup społecznych⁴. Kanał istnieje na rynku medialnym blisko 20 lat.

Przełomem było umieszczenie pierwszego filmu na kanale YouTube 23 kwietnia 2005 r. przez Jaweda Karima, jednego z trzech współtwórców tej platformy. Media wykorzystujące animację, dźwięki i obraz stały się niezwykle popularne. Według prowadzonych statystyk, 1/3 wszystkich osób korzystających z Internetu odwiedza kanał YouTube. Każdego dnia wyświetlanych jest tam miliard godzin filmów. Aż 70% wizyt na YouTube pochodzi z urządzeń mobilnych, takich jak smartfony i tablety. Kanał jest prawdziwym gigantem, który stwarza przestrzeń do komunikacji on-line. Każdej minuty pojawia się tam ponad 500 godzin materiałów, 30 tysięcy na godzinę i aż 720 tysięcy w ciągu całego dnia. Portal Android.com wyliczył, że jeśliby użytkownik mediów chciał obejrzeć wszystkie filmiki publikowane w ciągu jednego dnia, to zabrałoby mu to 82 lata życia⁵.

W 2017 r. najpopularniejszym okazał się teledysk Luisa Fonsi *Despacito* (na wrzesień 2018 r. było to 5,520 mld wyświetleń)⁶. YouTube ma obecnie swoje wersje lokalne w ponad 91 krajach i dostępny jest w 80 językach świata. Najpopularniejszym kanałem na YouTube jest PewDiePie (poza innymi, takimi jak: Sports, Gaming, Music, posiada 66,3 mln subskrypcji i 18,8 mld wyświetleń filmów, jest to stan na 19 września 2018 r. Kanał został założony 29 kwietnia 2010 r.). Dwa lata później preferencje nieco się zmieniły. Rok 2019 na polskim YouTube należał do kontrowersyjnego filmu braci Sekielskich o pedofilii w Kościele.

Oczywiście YouTube nie jest jedyną platformą multimedialną dostępną w Internecie. Vimeo.com oraz Daily-motion.com proponują wirtualnym użytkownikom podobne możliwości funkcjonowania. Ci, którzy są zarejestrowani na platformie, mogą dodawać pliki video i korzystać z dostępnych tam narzędzi.

Platformy multimedialne pozwalają oglądać materiały bez względu na porę dnia i z każdego miejsca na świecie. Przyciąga wizualizacja, co wzmaga szybkość, ale i powierzchowność informacji, które się pojawiają. Główną cechą jest atrakcyjność przekazu. Badacz Internetu i nowych mediów, Paul Levinson, opisując specyfikę tego kanału, pisze, że „na całym świecie wszyscy są w tej samej odległości

⁴ Por. M. Majorek, *Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności*, Kraków 2015, s. 87.

⁵ Zob. K. Kościński, *Statystyki YouTube. Liczba użytkowników, najpopularniejszy film i inne*, www.android.com, [dostęp: 11.03.2019].

⁶ Za: *Oto 10 najpopularniejszych filmów na YouTube w 2017 roku*, www.businessinsider.com.pl [dostęp: 20.10.2018].

od YouTube”⁷. Możliwości, jakie stwarzają platformy multimedialne, są ogromne, a dostęp do nich powszechny. Potencjał kanału jest od paru lat niezwykle istotny, zwłaszcza w kontekście rozwijającej się konwergencji mediów i potrzeby komunikacji medialnej bez względu na czas, przestrzeń i miejsce.

Różnorodność środków komunikacji na platformach multimedialnych

Swoboda sięgnięcia do ikonosfery postępuje, a powszechność materiałów w formie on-line wciąż wzrasta. Do treści dostępnych w sieci wciąż można powracać. Za pomocą multimediów kształtuje się obecnie obraz rzeczywistości.

Treści są różnorodne, użytkownik może zapoznać się z liczbą wyświetleń danego materiału. Są one przez innych komentowane, przekazywane. Dlatego w tym kontekście można mówić o zjawisku tzw. marketingu wirusowego (czyli cyfrowego szeptu, pojęcia używanego w zastępstwie „marketingu szeptanego”). Materiał, „wirus” jest udostępniany i trafia do kolejnych osób, łatwo się rozprzestrzenia i każdy pozostawi innym „swoją element”. Często „smilik” czy inny emotikon wyraża reakcję użytkownika na konkretny materiał i jego odbiór. Sztuka multimedialna to również szybkość zachodzących zmian: barw, dźwięku, obrazu i wzajemnych korelacji. Odbiorca może łatwo połączyć się z materiałem. Interaktywność staje się dominującą cechą. Niestety jego świadomość bywa często ograniczona ze względu na mnogość występujących narzędzi i środków. Za pomocą multimediów dotrzeć można do archiwalnych materiałów. Dla wielu korzystanie w ten sposób z sieci to „okno na świat”. Ludzie mogą komunikować się w ten sposób z innymi, zaprezentować to, co ich interesuje, czym się zajmują i jakie mają pasje.

Dzięki platformom multimedialnym ludzie mają ciągły kontakt ze sobą.

Materiały są różnej jakości, niektórzy już są profesjonalistami w swojej dziedzinie, inni zaś stawiają „pierwsze kroki”. Na platformach multimedialnych popularna jest muzyka i rozrywka, dostępne są krótkie filmiki osób testujących kosmetyki. Znanym i powszechnym sposobem rozpowszechnienia plików wideo jest ich embedowanie. Jest to osadzanie okna z filmem w serwisie internetowym poza daną formą multimedialną⁸, a więc prościej rzecz ujmując, wstawianie ich na stronę.

Platformy multimedialne stwarzają nową formę komunikacji, specyfikę między nadawcą i odbiorcą i możliwość natychmiastowej informacji zwrotnej. Ponadto słabnie siła słowa. Wiąże się to z dużą ilością informacji. Trudno sobie wyobrazić Internet bez grafiki. Coraz częściej zdarza się, że konferencje naukowe, wykłady, spotkania odbywają się on-line. Pozwala to obniżyć koszty i ułatwia zgromadzenie większego audytorium w jednym czasie bez względu na miejsce, w jakim się znajdują.

Webinaria umożliwiają udział w konferencjach za pomocą komputera. Wystarczy podłączyć się do sieci. Uczestnicy webinarów spotykają się w czasie

⁷ P. Levinson, *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka, Kraków 2010, s. 134.

⁸ Za: J. Kloch, *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, Kielce 2013, s. 86.

rzeczywistym, w specjalnie wydzielonej przestrzeni on-line. Taki sposób interakcji to wygoda w zdobywaniu wiedzy, pozwala także zminimalizować koszty. Webinaria są realizowane za pomocą technologii webcast, umożliwia to wzajemną komunikację między nadawcą i odbiorcą i szybki feedback. Jest to dobra forma prowadzenia spotkań, szkoleń czy innych działań marketingowych. Webinaria dają możliwość transmisji głosu i wideo, pokazu prezentacji multimedialnych, slajdów i udostępniania plików.

„Homo sapiens digital” (inaczej: „digital human”)⁹ dobiera i stosuje platformy medialne do doskonalenia swoich umiejętności, poszerzania wiedzy i kontaktów, wszystko po to, by wykorzystywać maksymalnie dostępne narzędzia internetowe. Pokoleniu sieci nie jest obce tzw. zjawisko katonizacji, a więc dobierania odpowiednich elementów z przestrzeni on-line do tworzenia np. szkoleń, programu nauki. Popularny staje się *edutainment*, a więc połączenie przekazywania wiedzy z rozrywką, korzystanie z multimediiów, by uatrakcyjnić interakcję.

Multimedia to również szansa na wymianę wiedzy i edukację, która jest w zasięgu jednego kliknięcia. Jedną z takich była platforma iprofesor. Została założona w 2010 r. pod patronatem Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Służyła do prezentowania wyników badań, zamieszczenia informacji o konferencjach. Po rejestracji użytkownik był poddawany procesowi weryfikacji.

Dla wielu młodych platformy multimedialne to kontakt np. ze Słowem Bożym i możliwość wzięcia udziału w rekolekcjach on-line lub zapoznania się z nimi za pomocą udostępnianych plików audio i wideo. Często istnieje możliwość zadawania pytań, na które odpowiedzi są udzielane na bieżąco. Odbiorca może stać się nadawcą. Interakcja jest błyskawiczna. Komunikacja na tematy chrześcijańskie odbywa się w mediach społecznościowych na profilach o charakterze katolickim.

Ciekawą propozycją do wymiany wiedzy jest platforma „Knowerline”, która dostępna jest w internecie pod adresem: Knowerline.com. Korzystanie z niej jest bezpłatne. Strona funkcjonuje w trzech wersjach językowych: angielskim, niemieckim i polskim. Komunikacja on-line odbywa się przez tablicę „Whiteboard”. To narzędzie służące jednoczesnej pracy *on-line* „experta” i „użytkownika”. Umożliwia jednoczesną edycję tekstu, plików graficznych, formuł matematycznych oraz komunikację audio-wideo. Co ją wyróżnia? Użytkownicy aplikacji widzą jednocześnie to samo i mogą wspólnie rozwiązywać zadanie, omawiać rysunek i wspólnie poprawiać błędy.

E-learning

Platformy multimedialne można z powodzeniem wykorzystywać do nauczania na odległość, w tzw. e-learningu. Taka forma stwarza nieograniczone możliwości

⁹ Pojęcia tego po raz pierwszy użył Marc Prensky. Za: tegoż, *Digital Natives, Digital Immigrants*, <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> [dostęp: 1.11.2018].

poszerzania wiedzy i umiejętności. Do nauczania stosuje się metody cyfrowe, które służą uzupełnieniu tradycyjnych metod nauczania chociażby na studiach.

Studenci mają szansę zapoznania się z materiałem, wymianę informacji w przypadku nieobecności na zajęciach oraz kontaktu w wykładowcą danego przedmiotu w formie synchronicznej lub asynchronicznej. Jest ona uzależniona od narzędzia, jakie jest wykorzystywane do nauki oraz jego funkcjonalności. W nauczaniu na odległość ważne jest również wypracowanie dodatkowych narzędzi służących komunikacji: czat lub e-mail.

Najbardziej popularne platformy e-learningowe obecnie to: Moodle, LMS ILIAS czy Dokeos. Wspomagają one proces uczenia się dzięki odpowiednio dobranemu oprogramowaniu. Dostarczają funkcje umożliwiające zarządzanie treścią, pozwalają na budowanie interakcji między użytkownikami. Co istotne, możliwe jest również udostępnianie plików i to w różnym formacie. Oczywiście nie brakuje ograniczeń w takim sposobie komunikacji. Pozostaje tu jedynie treść. Brakuje gestów, mowy ciała i mimiki, które występują w bezpośredniej relacji między uczestnikami zajęć czy kursów specjalistycznych. W komunikacji internetowej tworzy się nowy język, który charakteryzuje się skrótowością, lapidarnością stwierdzeń i tworzeniem nowomowy. Język internetu jest dynamiczny, oszczędny, co nie jest bez znaczenia dla komunikacji bezpośredniej w świecie realnym.

Wprowadzone w 2008 r. przez W.J. Bobera określenie „etykiety sieciowej” jest nadal obowiązujące i nie straciło na aktualności. Chodzi o netykiety, czyli neologizmy, do których powstania przyczynił się rozwój komputeryzacji¹⁰.

Komunikacja za pomocą e-learningu prowadzi do określonej formy organizacji procesu dydaktycznego i interakcji między poszczególnymi uczestnikami.

Portale społecznościowe

W ostatnich latach wiele obszarów życia zostało przeniesionych do przestrzeni on-line. Gigantyczną popularność zyskały portale społecznościowe, w których znaczącą część użytkowników stanowią ludzie młodzi.

Najwięcej ludzi wykorzystuje do komunikacji Facebooka, następnie blogi, Tweetera i Instagrama. Nie należy zapomnieć również o aplikacjach biznesowych – LinkedIn czy Goldenline.

Portale społecznościowe stwarzają możliwość zawierania nowych znajomości, komunikacji z osobami, z którymi bezpośredni kontakt był uniemożliwiony czy ograniczony. W przeprowadzonej przeze mnie ankiecie wśród grupy 15 młodych ludzi wszyscy wskazali na znaczące miejsce social media w ich codziennym życiu. 12 osób za pomocą tematycznych grup na Facebooku poszukiwało pracy.

Młodzi ludzie zgodnie przyznali, że nie mogliby mieć aż tylu znajomych, gdyby nie portale społecznościowe. Bez social media musieliby wyjechać do innego miasta czy kraju, by spotkać się z dawno niewidzianymi kolegą czy koleżanką.

¹⁰ W.J. Bober, *Powinność w świecie cyfrowym. Etyka komputerowa w świetle współczesnej filozofii moralnej*, Warszawa 2008, s. 117.

W 2016 r. firma Adecco (lider wśród firm świadczących usługi z zakresu doradztwa personalnego i zarządzania kapitałem) przeprowadziła badania, które wykazały, że im wyższe człowiek ma wykształcenie, tym częściej wykorzystuje sieć do znalezienia pracy lub jej zmiany na inną, lepiej płatną¹¹.

Z rozmów, jakie przeprowadziłam z młodymi ludźmi w wieku od 24 do 32 lat, wynika, że użytkownicy mediów społecznościowych boją się o swoją prywatność i odczuwają zagrożenie związane z obrotem swoich danych personalnych. Stwierdzili, że rzadko czytają regulaminy. Są one dość obszerne i pisane małą czcionką. Ograniczenie komunikacji jedynie do portalu społecznościowego obniża umiejętność koncentracji, redukuje więzi międzyludzkie w realu i dezorganizuje codzienność¹². Oprócz wielu pozytywnych aspektów social media nie należy zapominać także o zagrożeniach przeniesienia kontaktów społecznych do sfery on-line.

Edukacja medialna w dobie społeczeństwa cyfrowego

Sieć stwarza współcześnie okazje do modlitwy, dzielenia się swoimi przemyśleniami dotyczącymi wiary i duchowości. Oczywiście trzeba zdawać sobie sprawę z wielu zagrożeń, które niesie ze sobą bycie on-line, takich jak uzależnienia, potrzeba uczestnictwa w sposób ciągły w tym wszystkim, co dzieje się wirtualnie. Ponadto wielu grupom, które „działają” w społeczności sieci, przyświecają różne idee. Konieczna jest zatem dbałość o kulturę oraz pielęgnowanie szacunku wobec godności każdego człowieka. Warto jednak pamiętać, że internet to środek do celu, a nie cel sam w sobie.

Łatwiejszy dostęp do dokumentów i artykułów, źródeł, dynamizm komunikacji to wszystko możliwości, które daje bycie on-line. By odróżnić jednak ziarno od plewy, potrzeba edukacji medialnej w tym zakresie, refleksji, by nabyć świadomości i odnaleźć w wirtualnym chaosie równowagę.

Debaty w sieci, jako jeden z kanałów komunikacji, są ważne. Podobnie jak prezentacja, przekaz, interakcja. To wszystko jednak, jak zwraca uwagę ks. Józef Kloch w swojej książce *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, ma wpływ na sposób myślenia współczesnego człowieka, które staje się mniej analityczne¹³. Problematyka edukacji medialnej w społeczeństwie sieci nabiera współcześnie zupełnie innego znaczenia. Transformacje w technologii cyfrowej, pojawiające się nowinki oraz elektroniczne gadżety implikują istotne zmiany także w procesie komunikowania się między ludźmi¹⁴. Interakcja jest zmediatyzowana i zdekontekstualizowana w przestrzeni sieciowej¹⁵.

¹¹ Za: K. Garwol, *Portale społecznościowe – szanse i zagrożenia dla młodego człowieka*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2 (2016), s. 186.

¹² Zob. tamże, s. 187.

¹³ Zob. J. Kloch, *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, s. 86.

¹⁴ Więcej na ten temat: M. Castells, *Spoleczeństwo Sieci*, tłum. M. Marody, K. Pawluś, J. Stawiński, S. Szymański, Warszawa 2007.

¹⁵ Por. A. Betlej, *Edukacja medialna w społeczeństwie sieci*, „Edukacja – Technika – Informatyka” nr 4 (2017), s. 310.

Przybywa dziś kultury o charakterze *born digital*, materiałów powstałych w formacie cyfrowym. Tworzy się ikoniczna przestrzeń kultury, produkcja, a co za nią idzie i konsumpcjonizm¹⁶. Mamy zatem do czynienia z tzw. kulturą uczestnictwa, polegającą na współdzieleniu się filmami wideo w Internecie. Należy ją rozumieć jako związek między dostępnymi technologiami cyfrowymi, treścią tworzoną przez jej uczestników. Prowadzi to do przesunięcia relacji między „pomysłem medialnym” a jego konsumentami¹⁷.

Komunikacja staje się interaktywna, dynamiczna, kształtuje się wirtualne społeczeństwo, skupiające swoją uwagę wokół medium, które umożliwia współtworzenie treści i ich kolportaż. Istnieje tu zagrożenie psychozą medialną, a więc fascynacją jedynie tym, co wirtualne. Niestety nowe techniki multimedialne, łączące dźwięk, trójwymiarowy obraz dają złudzenie rzeczywistości¹⁸. Dlatego edukacja medialna w kontekście zmieniającej się rzeczywistości powinna odbywać się etapowo, ale i systematycznie. Kolejne etapy powinny postępować po sobie i być rozbudowane o solidny warsztat nie tylko praktyczny, ale również teoretyczny.

Młodzieży może się wydawać, że w świecie wirtualnym nie ma odpowiedzialności za słowo, za napisany pod wpływem emocji komentarz. Niektóre serwisy i portale multimedialne kasują wpisy osób, które obrażają czy używają wulgaryzmów. Można wykluczyć konkretną osobę z takiego portalu poprzez identyfikację numeru IP urządzenia. Ludzie często funkcjonują w chaosie, trudno im odnaleźć w realnym świecie swoją tożsamość. Szukają więc jej w świecie wirtualnym. Kieruje się on jednak swoimi wartościami, ukazując to, co jest na topie, co należy zrobić, by być *cool* i zaistnieć. Tworzy się kultura upozorowania, w której czerpiemy wiedzę nie ze świata, który nas otacza codziennie, ale właśnie z tego, który przedstawiają nam multimedialne media¹⁹. Łatwiej kimś być i zaistnieć dzięki rzeczywistości wirtualnej. Tam wszystko wydaje się idealne i bezproblemowe. Można upozorować tożsamość i pozwolić sobie na swobodną kreację, byle tylko zyskać zainteresowanie i przykuć uwagę. Komunikacja w przypadku platform multimedialnych nie przebiega współmiernie. Przewagę ma zazwyczaj właściciel danego kanału lub twórca filmiku czy innego materiału audiowizualnego. Asymetria jest zauważalna. W zdecydowanej większości akceptacja i negacja odbywa się za pomocą komentarza z emotikonem. Wypowiedzi, jeśli się pojawiają, są lapidarne. To prowadzi do zubożenia języka.

Cywilizacja obrazu wyznacza nowy styl życia. Pisał o tym już papież Paweł VI w opublikowanej w 1975 r. adhortacji *O ewangelizacji w świecie współczesnym*. Komentarze do materiałów można przyrównać do „dialogu na interaktywnej tablicy”, który dostępny jest na wyciągnięcie ręki. Taka komunikacja tworzy wspólnotę na konkretnej przestrzeni, za pomocą wirtualnych narzędzi. Kreacja wizerunku

¹⁶ Por. J. Burgess, J. Green, *YouTube. Wideo on-line a kultura uczestnictwa*, tłum. T. Płudowski, Warszawa 2011, s. 13-17.

¹⁷ Por. tamże, s. 34.

¹⁸ Por. J. Kloch, *Kościół w Polsce wobec Web. 2.0*, s. 87.

¹⁹ Por. A. Zajęc, *Media bliższej i dalszej przyszłości – wnioski dla edukacji*, w: *Kultura i język mediów*, red. M. Tanaś, Kraków 2007, s. 213.

kształtowana jest w taki sposób, w jaki chcemy być postrzegani. Często dochodzi również do „zaśmiecania” wyobraźni wielością przekazów kosztem kontaktów realnych, przyjaźni, relacji małżeńskich²⁰.

Brak edukacji medialnej może doprowadzić do przykrych konsekwencji, takich jak: przenoszenie pewnych zachowań z sieci do świata realnego, zaangażowanie w to, co dzieje się on-line z jednoczesnym wycofywaniem się z bezpośrednich kontaktów społecznych. Prowadzenie działań edukacyjnych nie jest łatwe. Nieliczni nie mają już komputera w domu czy połączenia z Internetem. To bardzo rzadkie przypadki. Nowe technologie obecne są już wszędzie i coraz trudniej wyobrażamy sobie bez nich życie. Za Stanisławem Juszczykiem można stwierdzić, że edukacja medialna musi mieć na celu zrozumienie natury mediów²¹. Chodzi o wychowanie świadomych użytkowników mediów.

Zdaniem Rudolfa Arnheima: „zdegradowaliśmy nasze oczy do roli instrumentów pomiarowych i rozpoznających. Uśpiona została wrodzona zdolność rozumienia przez oczy i tę zdolność trzeba na nowo rozbudzić”²². W sieci tworzy się miejsce symboliczne, stanowiące przestrzeń do spotkań, wymiany myśli, gdzie nie ma ograniczeń fizycznych.

Faktem jest, że media są istotnym elementem pozaszkolnego środowiska edukacyjnego dzieci²³. Technologie są wykorzystywane niemal wszędzie, także do procesu kształcenia najmłodszych. Wraz z kolejnymi etapami edukacji sytuacja zyskuje na coraz większym uzależnieniu prowadzenia procesu dydaktycznego od multimedialnych. Percepcja człowieka w znacznej mierze nastawiona jest na wizualny sposób postrzegania rzeczywistości²⁴. Trudno obecnie poprowadzić zajęcia i skupić uwagę uczniów bez przygotowania i wyświetlenia prezentacji i slajdów.

Media wykorzystywane są do kształcenia na odległość, do komunikacji między nauczycielem a uczniem. Multimedialny wykład jest bardziej atrakcyjny niż zwykły (tradycyjny). Zmienia się rola nauczyciela. Technologie mają wpływ na metody pracy, współpracy i na sposób komunikacji.

W jednej z podwarszawskich szkół średnich miałam okazję prowadzić przez jakiś czas zajęcia z zakresu organizacji reklamy i technik reklamowych i medialnych. Młodzież potrafiła skoncentrować się wówczas, gdy na zajęciach były prezentowane elementy wizualne, audiowizualne. Często analizowaliśmy współczesne reklamy polskie i zagraniczne, które oglądaliśmy na kanale YouTube.

²⁰ Por. M. Drózdź, *Duchowość w Sieci*, „Curenda” 1 (2007), www.curenda.diecezja.tarnow.pl/archiwum/2007/01/art-18.php [dostęp: 31.03.2019], por. J. Kłoch, *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, s. 272.

²¹ Por. S. Juszczyk, *Edukacja na odległość. Kodyfikacja pojęć, reguł i procesów*, Toruń 2012, s. 17.

²² R. Arnheim, *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*, tłum. J. Mach, Warszawa 1978, s. 15.

²³ Por. E. Trempała, *Szkola a edukacja równoległa (nieszkolna). Poglądy, doświadczenia, propozycje*, Bydgoszcz 1993, s. 149, 169.

²⁴ A. Gębalska-Berekets, *Znaczenie i rola mediów we współczesnej edukacji społeczeństwa informacyjnego*, w: *Media w edukacji. Wymiar kulturowy i aksjologiczny*, red. A. Roguska, Siedlce 2013, s. 86.

Z dynamicznym rozwojem w zakresie multimediiów słabła niestety zdolność komunikacji werbalnej i precyzji w wyrażaniu poglądów i obserwowanej rzeczywistości. Dlatego potrzeba edukacji medialnej w zakresie wychowania do mediów i korzystania z nich jest rzeczą ważną i konieczną. Środowisko nowych mediów i technologii informacyjnych wkracza dosyć silnie w rzeczywistość społeczną²⁵. Brakuje wciąż w polskim systemie oświaty miejsca dla stale przeprowadzanej praktyki edukacyjnej. Pojedyncze zajęcia czy przeprowadzane okazjonalne warsztaty nie są wystarczające.

Profesor Wojciech Burszta, antropolog kultury, zwraca uwagę na dążenie twórców mediów (zdaniem autorki można byłoby rozszerzyć ten zasięg również na platformy multimedialne) do stworzenia kopii rzeczywistości i fizycznej transcendencji oraz ucieczki od ograniczeń rzeczywistości fizycznej²⁶. Szkołę kończy młodzież, która nie wyobraża sobie życia bez korzystania z przestrzeni wirtualnej.

Edukacja medialna jest priorytetowa. Po pierwsze, media są już wszechobecne w naszym świecie, po drugie, odpowiednio przygotowany proces dydaktyczny w tym zakresie pozwoli użytkownikom sieci na to, by twórczo korzystać z możliwości, jakie daje świat wirtualny. Nie należy skupiać się jedynie na przedstawieniu zagrożeń i złych skutków nieświadomego korzystania z internetu, ale również wskazać na sposoby tworzenia wizerunku on-line, jego znaczenia nie tylko „tu i teraz”, ale i w przyszłości.

Biskup Adam Lapa pisze, że nie ma środowiska obrazu, który funkcjonowałby poza człowiekiem. Jeśli analizujemy specyfikę ikonosfery, to powinniśmy ją rozpatrywać w odniesieniu do konkretnego człowieka czy grupy społecznej²⁷. Dominacji obrazu obecnie już nikt nie kwestionuje, podobnie jak jego znaczącego wpływu na percepcję człowieka. Dla wielu badaczy wzmożone korzystanie z obrazu jest dużym zagrożeniem dla kultury słowa. I nie chodzi w tym przypadku jedynie o badaczy i ludzi mediów²⁸.

Jak zwraca uwagę Agnieszka Roguska, odnosi się wrażenie, że zwłaszcza wśród młodego pokolenia ztraca się nie tyle literackość słowa, ale jego pierwotne znaczenie w mowie i piśmie, umiejętne dobieranie słownictwa, umiejętność wyrażania opinii na dany temat i wyrażenia sprzeciwu wobec tych treści, z którymi się nie zgadzamy. Powszechne staje się używanie sloganów, skrótów, tworzenie nowomowy. Chodzi o takie kreowanie odbiorcy mediów, by był on świadomy, by umiał nie tylko przyjąć konkretne informacje i treści, ale również by potrafił umieścić je w szerszym kontekście znaczeniowym²⁹.

Kultura masowa zdaje się wypierać kulturę wysoką. Chodzi o stwarzanie możliwości, wielopostaciowość komunikatów. Dlatego tak ważnym jest włączenie

²⁵ Por. A. Roguska, *Media globalne...*, s. 210-211.

²⁶ Por. W. Burszta, *Wirtualizacja kultury i co z tego wynika*, w: *Religia i kultura w globalizującym się świecie*, red. M. Kempny, G. Woroniecka, Kraków 1999, s. 27.

²⁷ Por. A. Lapa, *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2008, s. 55.

²⁸ Tamże, s. 61.

²⁹ Por. A. Roguska, *Media globalne...*, s. 211-213; zob. W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.

w proces kształcenia kompetencji, które pozwalają na różnicowanie treści, oddzielenie wartościowych od niszowych. Zdaniem Małgorzaty Jabłońskiej nie można w kontaktach z mediami kategoryzować nakazów i zakazów³⁰.

W ocenie Elżbiety Trempały szkoła powinna nawiązywać do problematyki, która pojawia się w radiu, telewizji, na portalach, by w ten sposób uczniowie pobierali naukę z pozaszkolnych środowisk edukacyjnych³¹, by rozbudzali ciekawość w poszukiwaniu informacji z różnych źródeł, nie bali się ich ze sobą konfrontować i wyrażać opinii na ich temat. Nauczyciel powinien zachęcać ucznia do kreatywności, by ten nie bał się przedstawiać tego, co go zaintrygowało, poruszyło czy zachwyciło.

W procesie dydaktycznych ważne jest podejście indywidualne. Mimo tego warto prowadzić edukację do wychowania do mediów także w grupie. Taki sposób pozwala na „burzę mózgów”, sprzyja innowacyjności i daje możliwość poszukiwania kompromisów w przyjmowaniu odmiennego sposobu myślenia. Uczy zwrócenia uwagi na to, co pozytywne i wartościowe, ale i umożliwia refleksję nad tym, co nie jest bezpieczne i autentyczne. Współczesne multimedia wymuszają na swoich odbiorcach szybkość reakcji i wizualny sposób postrzegania rzeczywistości. Ulegają ciągłym zmianom i modyfikacjom. Nie pozostaje to bez istotnego wpływu na użytkowników. Owszem, inspirują, są bazą, w której szukamy informacji lub sami je prezentujemy. Atrakcyjność platform multimedialnych, interaktywność pozwala na przezwyciężenie rutyny³². Dzięki nim możliwe jest urozmaicenie procesu dydaktycznego i komunikacji nie tylko w szkole w relacji nauczyciel–uczeń.

Wacław Strykowski, pedagog, specjalista w zakresie technologii kształcenia, pedagogiki medialnej i dydaktyki, uważa, że w procesie edukacyjnym nie powinno się eliminować żadnego środka dydaktycznego. W ocenie badacza dopuszczalne jest również korzystanie z platform multimedialnych, bowiem poza tradycyjnymi narzędziami, jak tablica szkolna i podręczniki, są inne źródła. Konieczna jest jednak świadomość i poczucie odpowiedzialności.

Manuel Castels, opisując cechy społeczeństwa sieciowego, wyraził przekonanie, że sieciowe powiązania między użytkownikami wprowadzają ich w pewien charakterystyczny obieg kultury, wypierając inny³³.

Bronisław Siemieniecki pisze nawet o „elektronicznej osobowości”, która charakteryzuje się określonym sposobem myślenia, kreowania wizerunku w taki sposób, by być modnym, trendy³⁴. Platformy zachęcają do odnoszenia się do prezen-

³⁰ Zob. M. Jabłońska, *Nieprzejrzystość estetyczna światów dziecięcych*, w: *Estetyka – sztuka – media*, red. M. Jabłońska, Wrocław 2008, s. 47.

³¹ Por. E. Trempała, *Szkoła a edukacja równoległa...*, s. 152-153.

³² Por. J. Morbitzer, *Edukacja wspierana komputerowo a humanistyczne wartości pedagogiki*, Kraków 2007, s. 241.

³³ Por. M. Castels, *The information age: Economy, society and culture*, vol. 1: *The rise of the network society*, Oxford 1999, s. 25.

³⁴ Zob. B. Siemieniecki, *Determinizm medialny a kompetencje medialne*, w: *Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*, red. W. Strykowski, W. Skrzydlewski, Poznań 2004, s. 50.

wanych materiałów, umieszczania własnych plików audio i wideo i prezentowania własnych filmików. Ludzie mają możliwość kreacji. To wpływa na nich kusząco, motywująco i pobudzająco. Nie zawsze jest to proces do końca uświadomiany. Różnorodność środków komunikacji bez względu na czas i miejsce stale wzrasta. Nie bez znaczenia jest tutaj możliwość monitorowania liczby wyświetleń danego materiału. To, co interesujące i zyskało na popularności, przekazywane jest innym użytkownikom. Stają się więc oni zmuszani do funkcjonowania w zdigitalizowanym świecie.

Emocjonalność, erotyzacja materiałów zastępują słowo. Istotny jest sposób prezentacji obrazu, liczy się koncepcja tworzonych plików i ich atrakcyjność. Dominacja obrazu zauważalna jest w mediach ikonicznych, a więc również na platformach multimedialnych. Zmniejsza się liczba czytelników, informacji poszukuje się na ekranie monitora, które następnie konsumuje się. Zagrożeniem staje się bezrefleksyjność odbioru, unikanie realnych społeczności.

Podsumowanie

Globalna wioska, o której pisał McLuhan, nie jest abstrakcją, ale stylem życia. Możliwości platform multimedialnych dostosowane są do potrzeb człowieka, wspierają go w różnych płaszczyznach egzystencji, są w zasadzie tuż obok. Inspirować, kształtować możliwości współdziałania, stwarzają nowe szanse dydaktyczne, narzędzia edukacyjne. Nie da się ich istnienia zbagatelizować, ale można nauczyć się odpowiedzialne, rozsądnie i świadomie z nich korzystać. Każdy człowiek ma bowiem z nimi styczność na co dzień, bez względu na wiek, płeć, miejsce zamieszkania i charakter zatrudnienia. Wzmacniają one pewne zachowania, wyznaczają nowe. Cyfrowy świat jest wyzwaniem dla wychowawców, praktyków zajmujących się pedagogiką medialną.

Bibliografia

- Arnheim R., *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*, tłum. J. Mach, Warszawa 1978.
- Betlej A., *Edukacja medialna w społeczeństwie sieci*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 4 (2017), s. 309-314.
- Bober, W.J., *Powinność w świecie cyfrowym. Etyka komputerowa w świetle współczesnej filozofii moralnej*, Warszawa 2008.
- Bobryk J.K., *Świadomość człowieka w epoce mediów elektronicznych. Znak, język, rzeczywistość*, Warszawa 2004.
- Burgess J., Green J., *YouTube. Wideo on-line a kultura uczestnictwa*, tłum. T. Płudowski, Warszawa 2011.
- Burszta W., *Wirtualizacja kultury i co z tego wynika*, w: *Religia i kultura w globalizującym się świecie*, red. M. Kempny, G. Woroniecka, Kraków 1999, s. 25-38.

- Castells M., *Spoleczeństwo Sieci*, tłum. M. Marody, K. Pawluś, J. Stawiński, S. Szymański, Warszawa 2007.
- Castells M., *The information age: Economy, society and culture*, vol. 1: *The rise of the network society*, Oxford 1999.
- Demel D., *Zapobieganie zachowaniom problemowym dzieci w Internecie jako zadanie dla edukacji medialnej*, w: *Media w edukacji. Wymiar kulturowy i aksjologiczny*, red. A. Roguska, Siedlce 2013, s. 199-211.
- Dróżdż M., *Duchowość w Sieci*, „Curenda” nr 1 (2007), www.currenda.diecezja.tarnow.pl/archiwum/2007/01/art-18.php [dostęp: 31.03.2019].
- Garwol K., *Portale społecznościowe – szanse i zagrożenia dla młodego człowieka*, „Edukacja – Technika – Informatyka” 2 (2016), s. 183-190.
- Gębalska-Berekets A., *Znaczenie i rola mediów we współczesnej edukacji społeczeństwa informacyjnego*, w: *Media w edukacji. Wymiar kulturowy i aksjologiczny*, red. A. Roguska, Siedlce 2013, s. 85-108.
- Jabłońska M., *Nieprzejrzystość estetyczna światów dziecięcych*, w: *Estetyka – sztuka – media*, red. M. Jabłońska, Wrocław 2008, s. 173-180.
- Juszczak S., *Edukacja na odległość. Kodyfikacja pojęć, reguł i procesów*, Toruń 2012.
- Kloch J., *Kościół w Polsce wobec Web 2.0*, Kielce 2013.
- Kościański K., *Statystyki YouTube. Liczba użytkowników, najpopularniejszy film i inne*, www.android.com [dostęp: 11.03.2019].
- Lepa A., *Funkcja logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2008.
- Levinson P., *Nowe nowe media*, tłum. M. Zawadzka, Kraków 2010.
- Majorek M., *Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności*, Kraków 2015.
- Morbitzer J., *Edukacja wspierana komputerowo a humanistyczne wartości pedagogiki*, Kraków 2007.
- Oto 10 najpopularniejszych filmów na YouTube w 2017 roku*, www.businessinsider.com.pl [dostęp: 20.10.2018].
- Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.
- Prensky M., *Digital Natives, Digital Immigrants*, www.marcprensky.com [dostęp: 1.11.2018].
- Roguska A., *Media globalne – media lokalne. Zagadnienia z obszaru pedagogiki medialnej i edukacji regionalnej*, Kraków 2012.
- Siemieniecki B., *Determinizm medialny a kompetencje medialne*, w: *Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*, red. W. Strykowski, W. Skrzydlewski, Poznań 2004, s. 57-62.
- Trempała E., *Szkoła a edukacja równoległa (nieszkolna). Poglądy, doświadczenia, propozycje*, Bydgoszcz 1993.
- Zajac A., *Media bliższej i dalszej przyszłości – wnioski dla edukacji*, w: *Kultura i język mediów*, red. M. Tanaś, Kraków 2007, s. 213-227.

Słowa kluczowe: edukacja medialna, społeczeństwo sieci, nowe technologie, social media
 Keywords: media education, network society, new technologies, social media