



Wydział Nauk Politycznych
i Dziennikarstwa

EDUKACJA MEDIALNA MŁODZIEŻY SZKOLNEJ.

**Przykład Wydziału Nauk Politycznych
i Dziennikarstwa Uniwersytetu im.
Adama Mickiewicza w Poznaniu**

**Jakub Jakubowski
Maciej Skrzypek
Aleksandra Wesółowska**

Poznań, 2023

**Edukacja medialna młodzieży szkolnej.
Przykład Wydziału Nauk Politycznych i
Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama
Mickiewicza w Poznaniu**

Pod redakcją

Jakuba Jakubowskiego

Macieja Skrzypka

Aleksandry Wesołowskiej

30.09.2023, Poznań

Autorzy

Jakub Jakubowski

Maciej Skrzypek

Oliwia Szeląg

Anna Józwik

Kamil Pacholczyk

Aleksandra Wesółowska

Joanna Banach

Julia Czekalska

Jakub Jacaszek

Dominik Janicki

Wiktor Kępiński

Michał Korek

Mikołaj Obala

Patryk Stefańczyk

Bożena Stolarz

Karina Szymczak

Izabela Tomaszewska

Magdalena Wende

Vadzim Zhamoidz

Kacper Zieleniak

Współautorzy

Adamczewski Paweł

Barczak Iga

Bednarek Marta

Bielicka Natalia
Błajet Jonasz
Bojar Piotr
Borowski Igor
Cichocka Zofia
Dobrasiewicz Karol
Dreśliński Maciej
Filipowski Piotr
Furtatenko Ksenia
Gabler Emilia
Gluszyński Paweł
Golata Angelika
Grzelak Aleksandra
Jeziorowska Klaudia
Jurczak Katarzyna
Kaczmarek Julia
Kalka Julia
Kmiecik Mateusz
Kolinka Kacper
Kolat Kacper
Kościelska Martyna
Kulakowski Maciej
Kwiatkowski Kamil
Leshchanka Anton
Linkowski Mikołaj
Mazurek Aleksandra
Mojsiejenko Weronika

Nowaczyk Karol

Panasiuk Sebastian

Piotrowski Michał

Proniewicz Dominik

Ptasik Hanna

Różański Remigiusz

Sobierańska Julia

Stachowiak Dominik

Stępański Mateusz

Sworacki Adam

Szot Antoni

Szubert Mikołaj

Szygenda Olga

Szymański Patryk

Śnieżek Hubert

Widerowska Aleksandra

Wiśniewska Hanna

Redakcja

Jakub Jakubowski

Aleksandra Wesołowska

Projekt okładki

Aliaksandra Kandratovich

Korekta i skład

Aleksandra Wesołowska

Recenzent

prof. dr hab. Szymon Ossowski

Kontakt:

dr Jakub Jakubowski

Koordynator ds. Kontaktu ze Szkołami

+48 517 220 418

szkoła@wnpid.amu.edu.pl

Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa,
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
ul. Uniwersytetu Poznańskiego 5, 61-614 Poznań

Spis treści

I. Warsztaty medialne na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM – analiza przypadku	8
Warsztaty redakcji „B.U.C.”	9
Warsztaty redakcji „Fenestra”	10
Warsztaty redakcji „Flesz”	11
Warsztaty redakcji „Kurier akademicki”	11
Warsztaty dziennikarskie w roku akademickim 2022/2023	12
II. Czym są kompetencje medialne?	14
Kompetencje medialne – telewizja	14
Kompetencje medialne – radio	16
Kompetencje medialne – prasa	17
III. Metodologia badań	19
IV. Wyniki badań ankietowych	22
Próba badawcza	22
Wiedza i umiejętności dziennikarskie	26
Zdobyte umiejętności	30
Przydatność wiedzy nabytej podczas warsztatów w lepszym zrozumieniu mediów i technik pracy dziennikarza	31
Wykorzystanie nabytej wiedzy w przyszłości	32
Zainteresowanie dziennikarstwem i chęć samodzielnego rozwijania umiejętności	34
Podsumowanie	36
V. Kompetencje medialne młodzieży szkolnej – wnioski z badań	37
VI. Rekomendacje dla prowadzących	43
Aneks	49
Opis ankiety „przed warsztatami”	49
Opis ankiety „po warsztatach”	51
Bibliografia	54

I. Warsztaty medialne na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM – analiza przypadku

Jakub Jakubowski

Julia Czekalska

Patryk Stefańczyk

Karina Szymczak

Rola Akademii w pierwszych dekadach XXI wieku uległa zasadniczej zmianie. Jej podstawowe role – prowadzenie badań i dydaktyka – to już tylko część misji, jaka stoi przed nowoczesnym i zaangażowanym Uniwersytetem. Dziś wykonuje on zadania nie tylko w swoich murach, ale wychodzi także poza nie współpracując z instytucjami społecznymi, politycznymi, przemysłem i biznesem. Ma realizować ważne cele z punktu widzenia społeczności lokalnej, regionu, państwa i relacji międzynarodowych.

Działania mają miejsce na różnych poziomach. Otoczenie społeczne Uniwersytetu jest zaangażowane w prowadzenie badań, projekty edukacyjne i dyskusje o tym, jak czynić świat bardziej przyjaznym w wymiarze ludzkim, środowiskowym, technologicznym czy etycznym. Warty pogłębionej analizy przykładem realizacji tych celów są projekty z obszaru edukacji medialnej prowadzone na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (dalej: WNPiD UAM).

Od czasu swojego powstania w 2008 roku, WNPiD UAM jest przykładem instytucji silnie zaangażowanej w budowanie relacji z jednostkami edukacyjnymi, głównie szkołami ponadpodstawowymi. Wchodzenie młodych ludzi w dorosłość jest kluczowym etapem na gruncie socjalizacji medialnej i technologicznej – budowane w tym okresie nawyki są istotne z punktu widzenia przyszłych zachowań, a nawet kształtowania się naszej osobowości. Kluczowe dla tworzenia wspomnianych relacji jest słowo misja – niemodne dzisiaj i często zastępowane pojęciami kojarzonymi z bardziej komercyjnym podejściem do edukacji. Warto jednak mieć na

uwadze jak istotna jest powinność Akademii wobec społeczeństwa, biorąc pod uwagę liczne problemy i zagrożenia, jakie płyną na co dzień ze świata mediów. *Fake news*, uzależnienia i złe nawyki związane z mediami, brak odróżniania opinii od faktów – to tylko część z nich. Zważając na te dylematy, Uniwersytet powinien pełnić ważną rolę w czynieniu świata lepszym.

Wszystkie warsztaty realizowane przez pracowników i studentów WNPiD UAM są dla uczniów bezpłatne. Odbywają się one w myśl idei *sharing the science* (z ang. dzielenie się badaniami), ale i *co-creating the science* (z ang. współtworzenie nauki) w ramach paradygmatu nazywanego *citizen science*. Jest to zestaw różnych metod i działań, które mają za zadanie włączanie obywateli do szeroko pojętego świata nauki. Współdzieląc ją, studenci i pracownicy WNPiD UAM realizują warsztaty medialne. Korzystając z wiedzy i umiejętności praktycznych, młodzież szkolna włącza się w prace redakcyjne ćwicząc „na żywym organizmie” umiejętności niezbędne dla współczesnego konsumenta, ale i producenta przekazów medialnych. Projekty te stanowią zdecydowaną większość warsztatów edukacyjnych na WNPiD UAM w obszarze mediów. Część z nich realizowana jest jednak na wyższym poziomie zaangażowania, włączając uczniów w działania służące współtworzeniu nowej wiedzy – przykładem takiej aktywności jest m.in. wspólna konferencja naukowców, nauczycieli i uczniów, których zadaniem było wypracowanie standardów i dobrych praktyk stosowanych przy tworzeniu prasy uczniowskiej i szkolnych mediów.

Poniżej przedstawiamy przykłady działań konkretnych redakcji prasowych funkcjonujących w ramach Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM, które były realizowane w roku akademickim 2022/2023.

Warsztaty redakcji „B.U.C.”

Warsztaty wyjaśniające, jak działa prasa trwają około pół godziny. Ich celem jest przybliżenie uczestnikom elementów treści prasowych. Uczestnicy dowiadują się o działach redakcji. Omawiane są także role osób pracujących w niej, takich jak: redaktorów, reporterów, korektorów i grafików. Warsztaty prezentują etapy tworzenia artykułów, od gromadzenia informacji i badania źródeł, przez pisanie i redagowanie, aż do ostatecznej publikacji. Wy tłumaczone zostają techniki prowadzenia wywiadów, zbierania informacji, zapisywania notatek terenowych i przygotowywania się do stworzenia relacji. Uczestnicy dowiadują się, jak ważna jest poprawność gramatyczna i językowa oraz jak redaktorzy i korektorzy pracują nad tekstami przed ich publikacją. Warsztaty objaśniają,

jak projektowane są strony gazety, w jaki sposób dobiera się nagłówki, obrazy i treści, aby przyciągnąć uwagę czytelników. Omawiane są także podstawy pracy z grafikami i ilustracjami, które dodają treściom wizualny wymiar.

Uczestnicy dowiadują się, jak redakcja pracuje w określonym harmonogramie, aby zapewnić regularne wydawanie gazet. Warsztaty te pozwalają uczestnikom lepiej zrozumieć, jak złożony jest proces tworzenia gazety.

Warsztaty redakcji „Fenestra”

Punktem wyjścia warsztatów prasowych przeprowadzonych przez redakcję gazety studenckiej „Fenestra” jest zaznajomienie uczestników z podziałem gatunków dziennikarstwa prasowego. Następnie, uzbrojeni w podstawową wiedzę, posiadający umiejętność odróżnienia gatunków informacyjnych od publicystycznych słuchacze wprowadzani są w tematykę reportażu prasowego. Wzrost ogólnego zainteresowania przekazami niefikcyjnymi sprawił, że przechodzi on przez okres *prosperity*. W dobie rozwoju sztucznej inteligencji oraz zaawansowanych modeli językowych reportaż jawi się jako potencjalna ostoja klasycznie rozumianego dziennikarstwa prasowego. Skanalizowanie uwagi na ten konkretny gatunek stanowiło więc odpowiedź na zmieniający się krajobraz dziennikarstwa, w którym dziennikarz nie przekazuje informacji, lecz wzbogaca ją o kontekst, opracowuje i dokonuje syntezy. Uczestnicy warsztatu zaznajomieni zostają z podstawowymi technikami badań jakościowych używanych w reportażu (m.in. wywiad pogłębiony), chwytami stylistycznymi obecnymi w dziełach reporterskich (np. anonimizacja) oraz z przykładami ważnych dzieł współczesnego *non-fiction*. Biorą oni również udział w symulacji, w ramach której wcielają się w reportażystów i przedstawiają własne pomysły tematów reporterskich, konkretne sposoby pozyskania informacji oraz ich twórcze opracowanie na potrzeby realizacji gatunku.

Uczestnicy warsztatów wyposażeni zostają w narzędzia niezbędne do rozpoczęcia własnych reporterskich inicjatyw podjętych w ramach struktur mediów szkolnych lub oddolnych projektach o charakterze dziennikarstwa obywatelskiego.

Warsztaty redakcji „Flesz”

Warsztaty podzielone są na trzy etapy. Pierwszą z nich jest część teoretyczna, w której prowadzący w prosty i zrozumiały sposób, poparty przykładami, przybliżają uczestnikom to, z czego składa się materiał telewizyjny. Skumulowana wiedza w kilku slajdach prezentacji pozwala na treściwe ujęcie konkretów, które są wstępem do zaznajomienia słuchaczy z tym, jak zacząć swoją pracę w mediach. Podczas tej części zadawane są proste pytania, a także odbywa się zabawa w łamańce językowe, które mają na celu pobudzić kreatywność w uczestnikach warsztatów i przełamać ich bariery lęku przed zabraniem głosu w nowym dla nich otoczeniu.

Po zakończeniu części teoretycznej następuje podział grupy na dwa zespoły, które udają się do dwóch różnych miejsc. Jedna z nich przechodzi do studia telewizyjnego, gdzie uczestnicy mogą sprawdzić, jak ustawiane są kamery studyjne. Udają się też do reżyserki, gdzie mają możliwość dowiedzenia się więcej o zapleczu technicznym studia. Ustawienia dźwięku oraz obrazu stają się bardziej zrozumiałe, dzięki czemu grupa może wziąć udział w praktycznych ćwiczeniach. Wcielenie się w rolę prezentera pogody, reportera czy też prowadzącego program to jedne z wielu możliwości, jakie oferuje studio telewizyjne. W tym samym czasie druga grupa jest instruowana, jak wygląda przeprowadzenie dobrego wywiadu, jak poprawnie kadrować oraz ustawiać mikrofon.

Przekazywana wiedza, pozwala uczestnikom na samodzielne sprawdzenie się w roli dziennikarza przeprowadzającego wywiad. Warsztaty trwają trzy godziny, a podczas nich każdy z uczestników ma możliwość teoretycznego i praktycznego sprawdzenia się w roli dziennikarza i poznania, jak funkcjonuje redakcja.

Warsztaty redakcji „Kurier akademicki”

Warsztaty prowadzone przez redakcję Kuriera Akademickiego skupiały się wokół zagadnień audiowizualnych oraz konstrukcji programu telewizyjnego. W pierwszej części uczestnicy, poprzez interaktywną prelekcję, zapoznali się z podstawowymi pojęciami używanymi w dziennikarskim świecie. Prezentowane materiały w przystępny sposób tłumaczyły słuchaczom, czym jest „belka”, „off”, „stand” czy „biała”. Wiedza ta jest uzupełniana przykładami, które jeszcze bardziej pomagały zobrazować poruszane kwestie.

Wiedzę trzeba poprzeć jednak praktyką, dlatego na tej kwestii skupiła się druga część warsztatów. Dziennikarze Kuriera Akademickiego pokazali, jak wygląda praca w studiu telewizyjnym „od kuchni”. Uczestnicy przechodzili przez kolejne sekcje studia, a następnie przystępowali do tworzenia własnego materiału audiowizualnego, oczywiście pod czujnym okiem profesjonalistów. Do wyboru była możliwość wyprodukowaniu krok po kroku prognozy pogody, wywiadu, studia w programie newsowym czy teledysku. Podczas tej części tłumaczone były zasady kadrowania postaci, oświetlenia oraz swobodnego i poprawnego wypowiedzania się. Każdy z uczestników mógł spróbować swoich sił na różnych stanowiskach od prezentera po realizatora materiału na żywo.

Zdobyta podczas warsztatów wiedza oraz szlifowane umiejętności praktyczne przydadzą się uczestnikom nie tylko, jeśli wybiorą karierę dziennikarską, lecz również w innych aspektach związanych z mediami społecznościowymi, które coraz bardziej wpływają na życie współczesnych ludzi.

Warsztaty dziennikarskie w roku akademickim 2022/2023

W roku akademickim 2022/2023 na WNPiD UAM zrealizowano stacjonarne spotkania dla ponad 100 szkół z całej Polski. Realizowano też projekty internetowe: między innymi opracowania w ramach „Bryków maturalnych” czy „Podcastu maturalnego”. Podczas warsztatów udało się studentom zrealizować badanie, które miało dać odpowiedź na pytanie, na ile skuteczne są działania zmierzające do polepszenia kompetencji medialnych uczniów i uczennic szkół ponadpodstawowych. Jego wyniki publikujemy w kolejnych rozdziałach uwzględniając ich opis, wnioski i płynące z nich rekomendacje dla tych, dla których kwestia korzystania z mediów przez młodzież nie jest sprawą obojętną.

Zdjęcie 1: Warsztaty medialne na WNPiD UAM



Tekst 1: Źródło: archiwum prywatne

II. Czym są kompetencje medialne?

Aleksandra Wesółowska

Izabela Tomaszewska

Magdalena Wende

Warsztaty poszczególnych redakcji, które odbywały się na WNPiD UAM miały kilka celów. Prowadzącym warsztaty zależało, aby uczestnicy wyszli z poszczególnych zajęć zadowoleni oraz zintegrowani i chętni do dalszego poszukiwania i poszerzania swojej wiedzy z zakresu dziennikarstwa i mediów. Głównym celem było jednak to, aby poznać aktualne kompetencje medialne uczestników oraz pozwolić im na poznawanie i poszerzanie tych kompetencji.

Istotne dla naszej pracy jest więc odpowiedzenie sobie na pytanie, czym są kompetencje medialne. Na potrzeby publikacji oraz prowadzonych warsztatów przyjęliśmy poniższą definicję kompetencji medialnych:

„Zestaw kompetencji, które upoważniają obywateli do uzyskiwania dostępu, wyszukiwania, rozumienia, oceny i wykorzystywania, tworzenia oraz udostępniania informacji i treści medialnych we wszystkich formatach, przy użyciu różnych narzędzi, w sposób krytyczny, etyczny i skuteczny, aby uczestniczyć i angażować się w działania osobiste, zawodowe i społeczne” (UNESCO, 2013: 29)

W dalszej części pracy oraz na podstawie wyżej przyjętej definicji postaramy się opisać te kompetencje, które, zdaniem prowadzących, uczestnicy warsztatów mogli poznać podczas organizowanych na WNPiD UAM zajęć.

Kompetencje medialne – telewizja

Zajęcia prowadzone w ramach pracowni telewizyjnej miały zarówno charakter teoretyczny, jak i praktyczny. Dzięki takiej formie zajęć ich uczestnicy mogli poznać kompetencje medialne nie tylko poprzez słuchanie wykładu prowadzących, ale przede wszystkim samemu wcielając się w dziennikarza. Dzięki temu kompetencje przekazywane były im zarówno w sposób teoretyczny, jak i

praktyczny, gdzie uczestnicy słuchając instrukcji i poprawek prowadzących mogli sami lepiej przyswoić informacje oraz uczyć się wykorzystywać kompetencje medialne w życiu codziennym.

Biorący czynny udział w warsztatach uczniowie poprzez szereg ćwiczeń uczyli się przede wszystkim umiejętności szybkiego przetwarzania danych oraz myślenia projektowego. Tematy wywiadów czy programów, które uczestnik miał poprowadzić, nie zostawały podawane mu wcześniej, lecz dopiero w momencie zgłoszenia przez niego gotowości do wyjścia przed kamerę. Dzięki temu każdy z uczniów zdobywał umiejętność przetwarzania otrzymanych danych w informację, którą następnie przekazywał „widzom”. Podczas tego typu ćwiczeń możliwa do rozwinięcia była także sprawność adaptacyjna do nowej dla uczestnika sytuacji.

Kompetencje medialne powinny się również przejawiać w świadomym korzystaniu ze środków masowego przekazu, w analizie otrzymywanych informacji oraz w krytycznym myśleniu oraz ocenie otrzymywanych komunikatów. Chcąc rozwinąć u młodych osób te cechy, prowadzący, zarówno przed wykonywanymi ćwiczeniami, jak i w trakcie, instruowali ich na temat tego, jak zbierać informacje oraz jak przetwarzać i weryfikować je w taki sposób, aby mogły trafić do serwisów informacyjnych. Takie kompetencje pozwolą w przyszłości weryfikować zdobywaną przez uczestników wiedzę, a także wystrzegać się fake newsów oraz potencjalnych problemów prawnych czy oskarżeń o kłamstwa czy plagiat. Umiejętności te mogą się również okazać przydatne, podczas gdy uczestnicy znajdują się „po drugiej stronie ekranu”, aby weryfikować to, co przekazują i współczesne media, takie jak telewizja czy Internet.

Uczestnicy warsztatów zdobyli zatem nie tylko wiedzę teoretyczną i praktyczną, która może pomóc im w przyszłej karierze dziennikarza telewizyjnego, ale także tę, która przydatna może się okazać z perspektywy odbiorcy komunikatów medialnych. W praktyce przyswajali kompetencje medialne z zakresu dziennikarstwa telewizyjnego, zadawali pytania czy też próbowali swoich sił przed kamerą. Prowadzący natomiast instruowali ich oraz poprawiali możliwe błędy, aby uczniowie wychodzili z warsztatów z pełnym zakresem kompetencji medialnych, które nie tylko uzyskali poprzez uczestnictwo w zajęciach, ale przede wszystkim zrozumieli i będą potrafili wykorzystać je w przyszłości.

Kompetencje medialne – radio

Kompetencje medialne, nad którymi pracowano z młodymi osobami na warsztatach radiowych, można wyróżnić ze względu na obszary które przedstawił profesor Waław Strykowski:

- kompetencje z zakresu teorii mediów:
- kompetencje w zakresie języka i komunikowania medialnego,
- kompetencje dotyczące odbioru komunikatów medialnych,
- kompetencje dotyczące korzystania z mediów,
- kompetencje dotyczące tworzenia komunikatów medialnych.¹

Na zajęciach prowadzący, by zwiększyć wiedzę młodych osób z teorii mediów, przedstawili im sposób działania redakcji. Kładziony był nacisk na świadomość rozwoju mediów. Analiza tego, jak aktualnie zmieniają się media, jest potrzebna do funkcjonowania w społeczeństwie informacyjnym i medialnym. Bycie świadomym odbiorcą, który dostrzega zmiany w świecie medialnym, może pozwolić na lepszą i szybszą interpretację informacji, które się pojawiają. Aby zwiększyć kompetencje z zakresu języka i komunikowania medialnego, prowadzący przywołali jako przykłady radiowe serwisy informacyjne. Razem z młodymi dorosłymi analizowali treści i sposoby tworzenia newsów, zwracając przy tym szczególną uwagę na język medialny, który był tam używany. Uczulano uczniów na sposoby komunikacji werbalnej (np. intonacja głosu, uważność i trafność w formułowaniu zdań), ponieważ w przeciwieństwie do innych mediów, radio w swojej podstawowej formie nie wykorzystuje innych sposobów na przekazywanie informacji. W trakcie trwania audycji radiowych czy serwisów informacyjnych jedynym narzędziem jest głos prowadzącego. Jednakże dzięki szybkiemu rozwojowi technologii oraz konwergencji mediów różnice między konkretnymi mediami:., prasą, radiem czy telewizją zaczynają zanikać, co również było podkreślane w trakcie zajęć. Tym samym wskazywano odpowiednie sposoby na odbieranie komunikatów medialnych, które do nich docierają. W trakcie warsztatów przedstawiono sposoby na manipulację słowem oraz jak odpowiednio korzystać i docierać do źródeł by sprawdzić newsy. Uświadamiano młodym dorosłym, jak ważne jest wykreowanie w sobie potrzeby sprawdzania informacji, ponieważ społeczeństwo, które nie docieka prawdy, staje się podatne na manipulacje.

Kompetencje medialne, które przedstawiono młodzieży mają na celu uchronienie ich od bezmyślnego pochłaniania informacji, które pojawiają się w ich otoczeniu. Zajęcia miały wykształcić w nich potrzebę doszukiwania się źródeł i prawdy, która pozwoliłaby im na samodzielne konstruowanie swoich opinii. Na warsztatach poruszono również ich wpływ na tworzenie komunikatów medialnych, nauczani zostali tworzenia serwisów informacyjnych oraz podstawowych zagadnień z zakresu wywiadu radiowego.

Kompetencje medialne – prasa

Kompetencje medialne z zakresu prasy, które kształtowane były wśród młodzieży na warsztatach, obejmowały przede wszystkim zdolność krytycznego myślenia i umiejętność selekcji informacji. Aktualnie w dobie, gdy każdy odbiorca spotyka się codziennie z ogromną liczbą informacji, musi umieć do nich krytycznie podejść i wyselekcjonować to, co jest prawdziwe, wiarygodne i dla niego użyteczne. Duża część warsztatów poświęcona była analizie różnych gatunków dziennikarskich, które w prasie są najbardziej widoczne, ze szczególnym uwzględnieniem podziału na gatunki informacyjne i publicystyczne. Bardzo ważną umiejętnością jest rozróżnienie informacji, która powinna być obiektywna, od innych form, które mogą być w mniejszym lub większym zakresie subiektywne. Poprzez analizę różnych gatunków i ćwiczenia z zakresu samodzielnego tworzenia tekstów kształtowana była w uczestnikach warsztatów umiejętność odróżniania form i treści, w których autor przedstawia swoje zdanie, od tych, w których rzetelnie informuje czytelników. O ile w prasie drukowanej występuje zazwyczaj wyraźny podział między gatunkami informacyjnymi, a publicystycznymi, o tyle w Internecie, umiejętność rozróżnienia gatunku spoczywa często na odbiorcy. Dlatego tak ważna jest świadomość jakie standardy powinna spełniać informacja prasowa, aby była wiarygodna, rzetelna i użyteczna dla odbiorców. Analizie poddawane były poszczególne fragmenty tekstu, a przede wszystkim tytuły i lidy pod kątem tego, jaką powinny zawierać treści, a co jest jedynie clickbaitami, a więc odnośnikami, które swoim tytułem lub grafiką zachęcają do kliknięcia, a sama treść nagłówka ma niewiele wspólnego z treścią całego artykułu.

Kolejną bardzo istotną kwestią poruszaną na warsztatach była umiejętność fact-checkingu, a więc weryfikowania znalezionych informacji. Prowadzący warsztaty starali się wykazać, jak ważny jest proces mający na celu sprawdzanie wiarygodności informacji, poprzez sprawdzenie faktów w źródłach i konfrontowaniu ze sobą ich większej liczby. Problematyka ta dotyczyła zarówno prasy drukowanej, informacyjnych portali internetowych, jak i mediów społecznościowych i obrazów.

Uczestnicy warsztatów byli uświadamiani, że jako odbiorcy informacji, mogą być również ich nadawcami, dlatego niezbędna jest dokładna weryfikacja tego, czym chcą się podzielić – przede wszystkim w sieci. Prowadzący zapoznali każdorazowo uczestników z ważnymi pojęciami z zakresu *fact-checkingu* takimi jak np. dezinformacja, *fake newsy* czy *deepfake*. Wraz ze wzmożonym rozwojem sztucznej inteligencji w ostatnim czasie również na to zwracali uwagę prowadzący warsztaty, aby nie udostępniać dalej treści niezweryfikowanych. Tematem poruszonym na warsztatach z zakresu kompetencji medialnych była również analiza źródeł informacji. Poprzez wskazanie wiarygodnych i tych mniej wiarygodnych źródeł wśród uczestników kształtowana była umiejętność krytycznego myślenia i samodzielnego szukania źródeł.

Ważnym aspektem warsztatów było zapoznanie uczestników z pracą dziennikarza prasowego i tego z jakimi wyzwaniem mierzy się on we współczesnym świecie. Analizie została poddana praca dziennikarza zarówno w prasie drukowanej oraz w Internecie. Z powodu wojny toczącej się w Ukrainie ważnym tematem stało się również dziennikarstwo w dobie kryzysu i rola korespondentów wojennych. Istotnym aspektem było też zapoznanie uczestników z podstawami prawa obowiązującego dziennikarzy w tym m.in. prawa prasowego. Nie pominięto tematyki związanej z rolą zdjęć w prasie, umiejętnością odbioru i interpretacji obrazu, również tego o drastycznej tematyce. Zrozumienie pracy współczesnego dziennikarza jest kluczowe dla budowania kompetencji medialnych, które są tak istotne w odbiorze mediów.

Kompetencje medialne w zakresie warsztatów w pracowni prasowej kształtowane były zarówno poprzez analizę materiałów zastanych, opieranie się na konkretnych przykładach, wspólnej dyskusji i dzieleniu się doświadczeniami uczestników, jak i poprzez samodzielne tworzenie – czy to form dziennikarskich, czy umiejętności rozróżniania informacji prawdziwych od fałszywych.

III. Metodologia badań

Maciej Skrzypek

Bożena Stolarz

Vadzim Zhamoidz

Celem rozdziału jest przedstawienie założeń metodologicznych prezentowanej pracy. Przedstawiliśmy w nim kolejno problematykę badawczą i cel badawczy, do którego postawiliśmy trzy pytania badawcze. Następnie wskazaliśmy i uargumentowaliśmy wybór metody oraz technik badawczych. Dokonaliśmy także opisu próby, a także opisaliśmy procedurę. Dzięki temu wykazaliśmy solidne podstawy metodologiczne przeprowadzonych badań, a dzięki odniesieniu do literatury przedmiotu umiejscowiliśmy problematykę w aktualnym stanie wiedzy, wskazując wkład empiryczny prezentowanej pracy.

Problematyką prezentowanej pracy jest poziom i zakres kompetencji medialnych wśród uczniów szkół ponadpodstawowych, urodzonych w pierwszej dekadzie XXI wieku. Przedmiotem badań są przedstawiciele pokolenia nieznającego świata bez nowych technologii. Nazywani iGeneration (od zbitki pierwszej litery słowa iPhone i angielskiego generation), są pierwszym pokoleniem doświadczającym, choć w różnym stopniu, wykorzystania nowych technologii na każdym etapie swojej edukacji (Rosen, 2010). Celem pracy jest określenie deklaratywnego poziomu kompetencji medialnych uczestników warsztatów dziennikarskich organizowanych przez Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, w semestrze letnim roku akademickiego 2022/2023. W toku procesu badawczego postawione zostały następujące pytania badawcze:

- 1) Jaki poziom kompetencji medialnych uczestnicy deklarowali przed warsztatami?
- 2) Jaki poziom kompetencji medialnych uczestnicy deklarowali po warsztatach?
- 3) W jakich obszarach doszło do wzrostu poziomu deklaracyjnych kompetencji po warsztatach?

W ramach danej pracy metodologia opisana zostanie w oparciu o trzy kluczowe elementy badań naukowych: metodę, technikę oraz narzędzie badawcze, każdy z których które zdefiniujemy i omówimy przeprowadzone badanie przez ich pryzmat. Jako podstawowe przyjęte zostało założenie,

prezentowane przez T. Plicha, zgodnie z którym metoda jest pojęciem nadrzędnym wobec techniki i narzędzia badawczego. Z kolei technika badawcza przedstawiona jest jako pojęcie nadrzędne w stosunku do narzędzia, lecz podrzędne wobec metody badawczej. Ostatni z omawianych elementów, czyli narzędzie badawcze ma zakres najwęższy i jest pojęciem podrzędnym zarówno wobec metody, jak i techniki badawczej (Plich, 1977).

W celu opisania wyżej wymienionych czynników oraz omówienia ich pod kątem przeprowadzonych badań odwołam się do definicji J. Apanowicza, według którego metoda badawcza jest sposobem postępowania badawczego, charakteryzującym się ściśle określonymi czynnościami, a także zastosowaniem odpowiednich narzędzi badawczych. Z kolei technikę badawczą J. Apanowicz zdefiniował jako „szczegółowa czynność wykonywania różnych badań cząstkowych o charakterze praktycznym, pozwalającym na uzyskanie informacji, opinii lub faktów” (Apanowicz, 2005). Do narzędzi badawczych najczęściej zalicza się przedmioty, instrumenty lub urządzenia techniczne, służące do realizacji technik badań. Wśród najczęściej stosowanych narzędzi J. Apanowicz zwraca szczególną uwagę na kwestionariusz ankiety, kwestionariusz wywiadu, test socjometryczny oraz arkusz obserwacji.

Zgodnie z przywołanymi podejściami metodą badawczą jest sondaż, dla której techniką badawczą było ankietowanie uczestników warsztatów. Natomiast w celu sformułowania odpowiedzi na pytania badawcze zastosowano narzędzie w postaci kwestionariusza ankiet, który ze względu na sposób jego rozpowszechniania klasyfikować możemy jako anonimowy formularz internetowy. W tym przypadku był to formularz dostępny na platformie MS Forms, udostępniany tuż przed i tuż po warsztatach.

W przypadku badań ankietowych na procedurę badawczą składają się następujące etapy: gromadzenie danych, ich analiza, wizualizacja graficzna, opracowanie wyników i sformułowanie wniosków i odpowiedzi na pytania badawcze. Zanim prowadzący warsztaty rozpoczęli gromadzenie danych, zrealizowano następujące zadania: określenie celów badania, projektowanie kwestionariusza, określenie próby badawczej. W czasie badań zastosowana została procedura diagnostyczna, która miała na celu ustalenie aktualnego stanu kompetencji medialnych, a także zmian odbywających się w ściśle określonym przedziale czasowym.

W kontekście badań ankietowych jednym z fundamentalnych kroków jest dobór odpowiedniej próby badawczej, właściwy wybór, który wpływa na wiarygodność i ogólną wartość wyników uzyskanych w badaniu. Próba jako reprezentatywny fragment całej populacji odgrywa kluczową rolę w procesie analizy, pozwalając na wnioskowanie o szerokim kontekście na podstawie analizy ograniczonego zbioru danych. Możemy stwierdzić, że na potrzeby poniższego badania próba wybrana została metodą doboru nielosowego, ponieważ do udziału w badaniach wybrane zostały osoby, posiadające określone wspólne cechy – zdecydowaną większość badanych stanowiły uczniowie szkół ponadpodstawowych w wieku od 14 do 21 lat, uczących się zarówno w Poznaniu, jak i innych miejscowościach województwa wielkopolskiego. W badaniu przed warsztatami wzięło udział łącznie 194 osoby, wśród których 43,8% mężczyzn i 45,9% kobiet. Z kolei w ankietach po warsztatach odpowiedzi udzieliło 158 uczniów, w tym 79% kobiet i 63% mężczyzn.

W tym miejscu należy określić stan dotychczasowych badań w obszarze kompetencji medialnych, które są stosunkowo nowym obszarem zainteresowania ze strony naukowców.

Studia w tym zakresie wywodzą się z badań nt. kompetencji informacyjnych, które stanowią jedną ze składowych omawianej w pracy problematyki badawczej. Najwcześniejsze badania na ten temat pochodzą z lat 80. Jednym z pierwszych przeprowadzonych na wielką skalę było Young Adult Literacy Survey z 1985 r., które potwierdziły, że niewielki odsetek posiada wysoki poziom kompetencji informacyjnych. Z kolei w ramach projektu Department of Labor Literacy Skills (1989/1990) zbadano połączenie poziomu kompetencji medialnych z innymi ważnymi kwestiami społecznymi. W obszarze badań nad kompetencjami medialnymi w Polsce charakter pionierski miała kontynuacja badań International Adult Literacy Survey (1994 r.), w postaci Programme International Assessment of Adult Competencies, realizowanych w latach 2011-2012. Porównanie obu wyników badań potwierdziło wyraźny wzrost kompetencji medialnych wśród Polaków. W 2013 r. przeprowadzono w Polsce, w ramach International Computer and Information Literacy Study, pierwsze badania obejmujące najmłodszą część społeczeństwa, w wieku 13-14 lat z różnych państw. Projekt o charakterze międzynarodowym pozwolił porównać wyniki polskiej młodzieży z rezultatami osiągniętymi przez ich rówieśników w innych krajach. Brak wyraźnych różnic wskazuje na dynamiczny wzrost kompetencji medialnych polskiej młodzieży na początku drugiej dekady XXI w., co potwierdza wysoką dynamikę nabywania tych umiejętności, pomimo widoczne zacofania gospodarczego i technologicznego w Polsce.

Należy podkreślić, wiele przeprowadzanych badań w zakresie kompetencji medialnych opierało się o deklaratywną metodę oceny (Chang et al., 2011; Fundacja Orange, 2013; Literat, 2014). Taką perspektywę przyjęli także Autorzy tego projektu, mając świadomość związanych z tym ograniczeń. Prowadzenie badań w tym zakresie, wykraczających poza deklaratywne oceny respondentów wymaga odpowiednio skalibrowanego i przetestowanego narzędzia. W stworzeniu należytego sposobu zbadania kompetencji medialnych naukowcy ciągle napotykać na swojej drodze problemy z rozmiarem katalogu kompetencji, który poszerza się i ulega modyfikacji, koniecznością scharakteryzowania dokładnych wskaźników każdej kompetencji oraz doбором odpowiednich i atrakcyjnych narzędzi badawczych. Duże nadzieje pokłada się obecnie w metodach badawczych opartych na zasadach grywalizacji, co może okazać się kluczem do przeprowadzenia dokładnych i zaawansowanych badań.

IV. Wyniki badań ankietowych

Oliwia Szelağ

Wiktor Kępiński

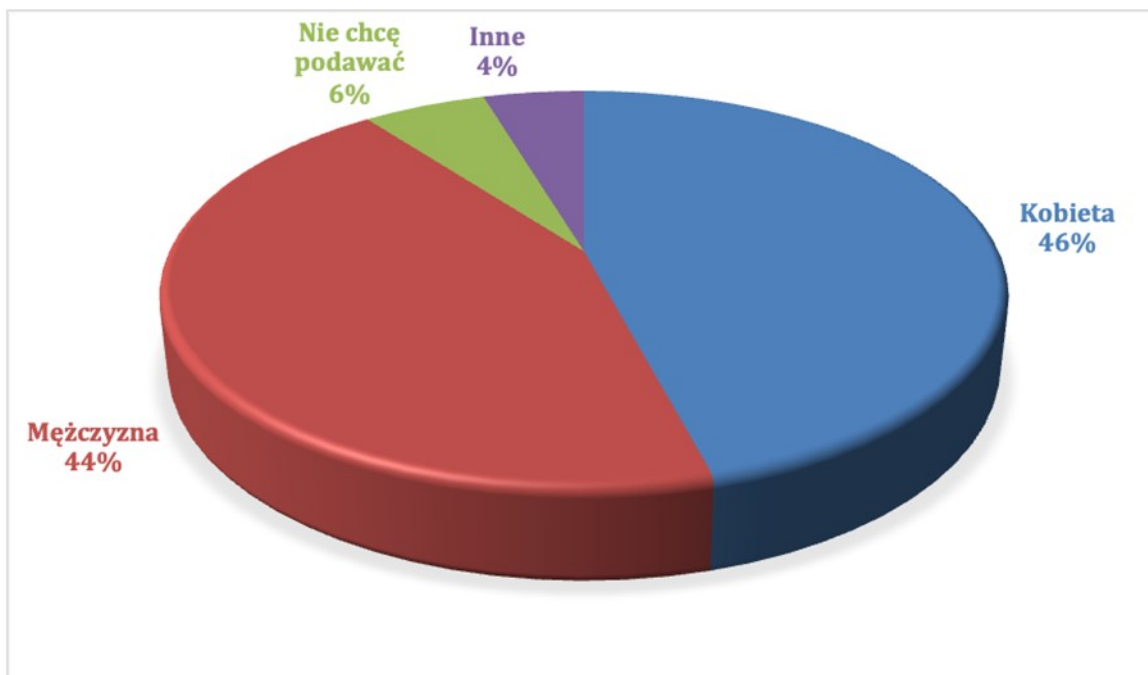
Mikołaj Obala

Ważne dla nas było, aby głos samych uczestników warsztatów został należycie wysłuchany. W tym celu wypełnili oni dwie ankiety – przed oraz po przeprowadzonych zajęciach. Celem tych badań było przede wszystkim zweryfikowanie, jak kształtowała się wiedza i zainteresowanie uczniów w zakresie dziennikarstwa oraz oddziaływanie odbytych warsztatów na te czynniki.

Próba badawcza

W ankiecie przed warsztatami odpowiedzi udzieliło łącznie 194 uczestników w wieku 14-19 lat, którzy brali udział w warsztatach w ośmiu cyklach. Wśród respondentów najliczniejsza była reprezentacja kobiet wynosząca 89 uczestniczek, niewiele mniej, bo 85 mężczyzn brało udział w badaniach. 20 uczestników nie podało do informacji, bądź reprezentowało inną płeć niż te zawarte w ankiecie.

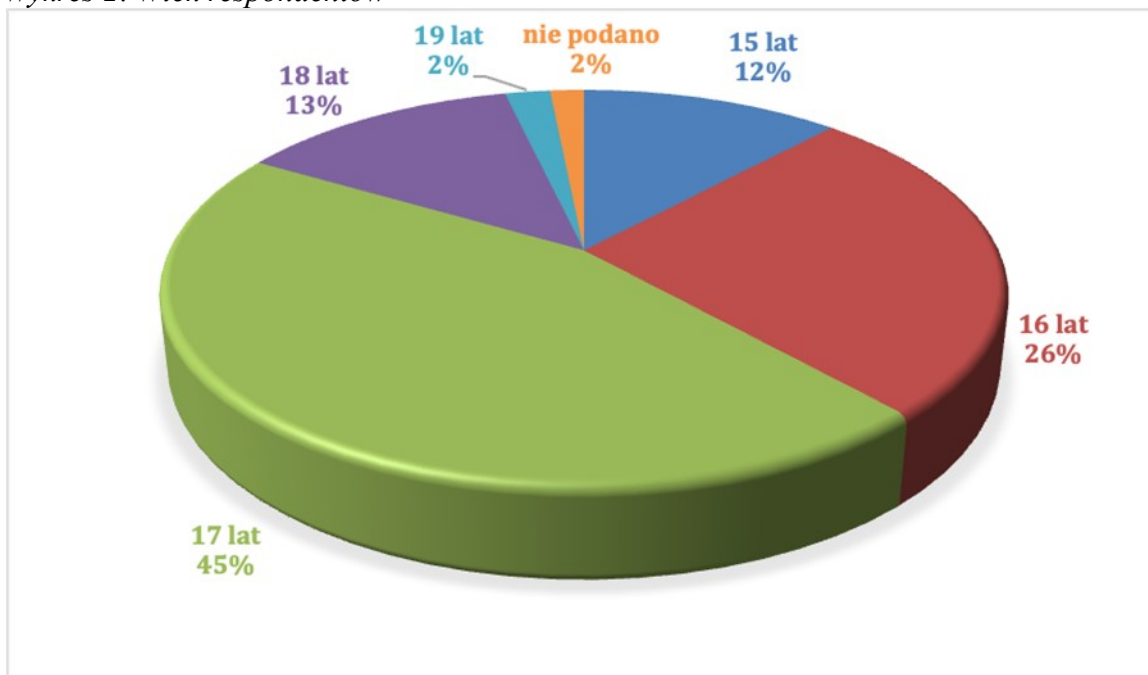
Wykres 1: Płeć respondentów



Źródło: Badania własne

Nieznaczną przewagę w liczbie osiągnęły kobiety.

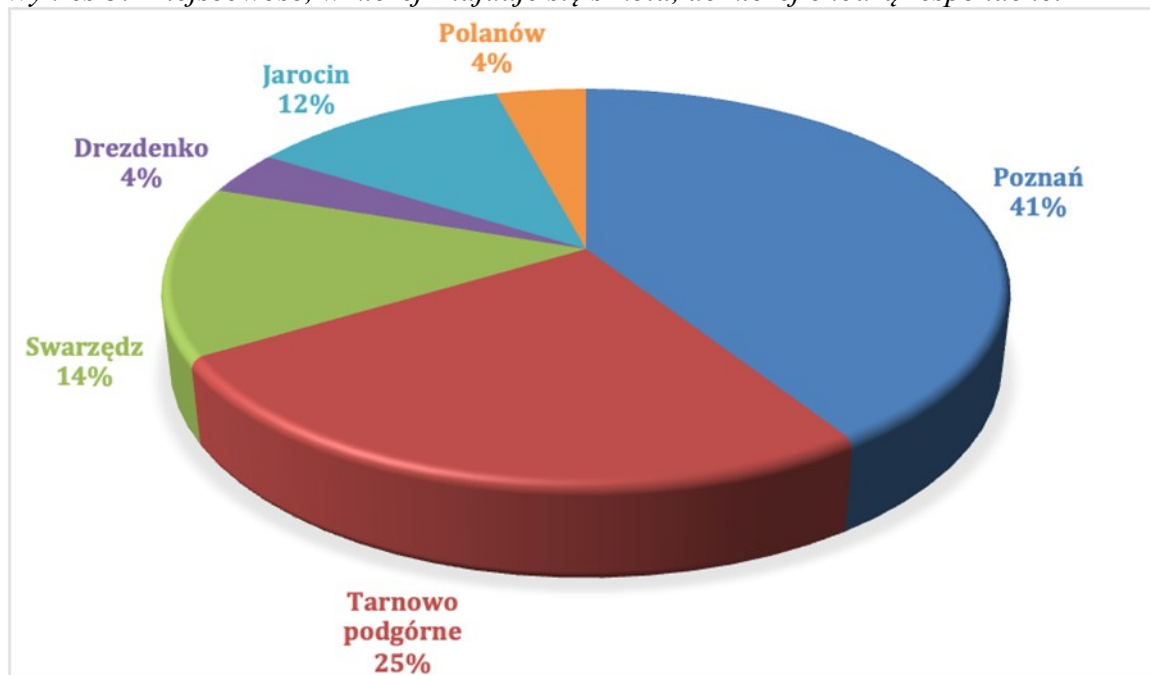
Wykres 2: Wiek respondentów



Źródło: Badania własne

Najwięcej odpowiedzi udzieliły osoby niepełnoletnie, a konkretniej te w wieku 17 lat (45,1%), co stanowi prawie połowę ankietowanych, 16 lat (26%), 15 lat (12%). Osoby pełnoletnie stanowiły zaledwie 13% ankietowanych.

Wykres 3: Miejscowość, w której znajduje się szkoła, do której chodzą respondenci

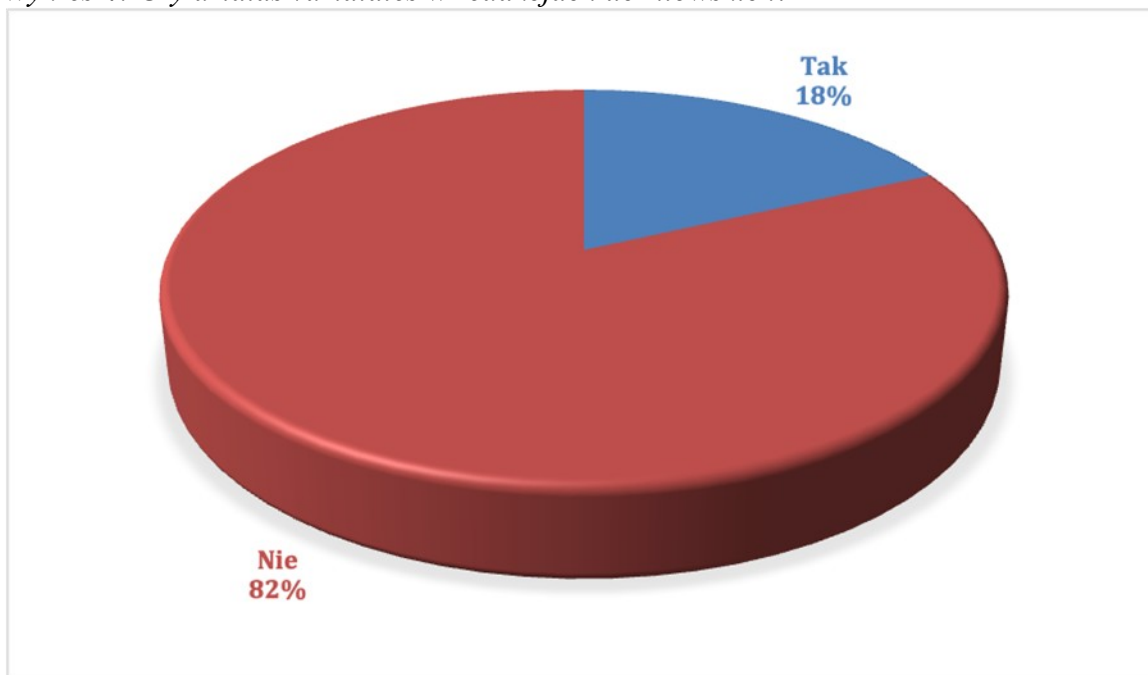


Źródło: Badania własne

Zdecydowana większość, bo aż 41% ankietowanych uczniów pochodziło ze szkół z Poznania, następnie z Tarnowa Podgórnego (25%), Swarzędza (14%), Jarocina (12%), Polanowa (4%) i Drezdenka (4%).

Mimo, że żadna z ościennych miejscowości nie przebiła liczebnie Poznania, to uczniów z Poznania było trochę mniej niż innych.

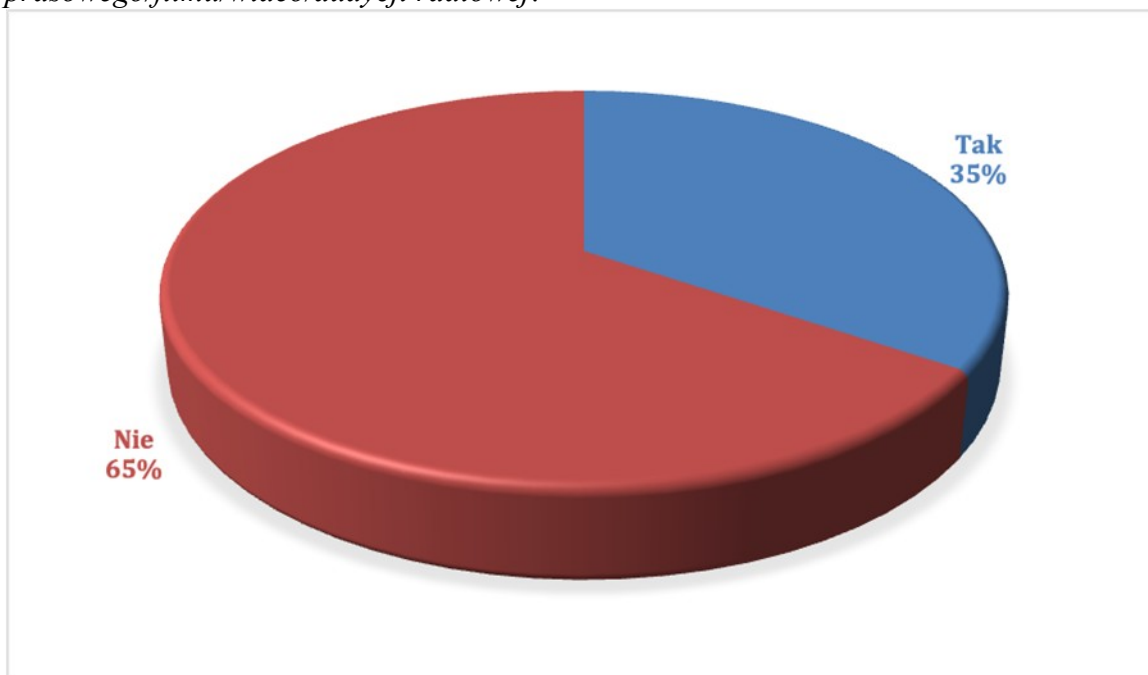
Wykres 4: Czy działasz/działałeś w redakcjach uczniowskich?



Źródło: Badania własne

Zaledwie ok. 1/3 respondentów kiedykolwiek miała możliwość tworzenia publikacji medialnej.

Wykres 5: Czy kiedykolwiek brałeś udział w przygotowaniu materiału prasowego/filmu/video/audycji radiowej?



Źródło: Badania własne

Zaledwie 18% uczniów działało kiedykolwiek w redakcji. Nie najlepiej świadczy to o poziomie rozwoju mediów szkolnych. 65% ankietowanych nigdy nie miało styczności z przygotowywaniem materiału prasowego/wideo/audycji radiowej.

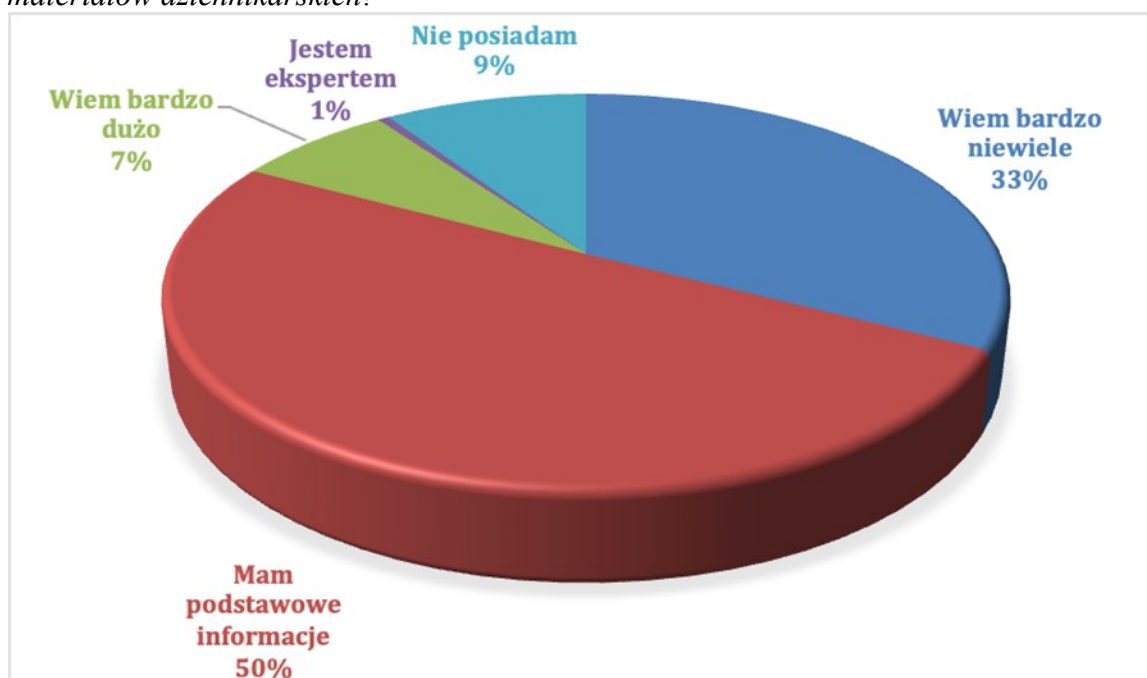
Z kolei po odbytych warsztatach odpowiedzi udzieliło łącznie 158 uczestników. Wśród respondentów wtedy nieznacznie więcej było kobiet niż mężczyzn (79 – 63).

Wiedza i umiejętności dziennikarskie

Pierwsze z pytań postawionych uczestnikom dotyczyło samooceny ich wiedzy i umiejętności w zakresie wiedzy o mediach i umiejętności dziennikarskich. Uczniowie zostali poproszeni o odpowiedź w skali od 1 do 5 gdzie:

- „1” to brak takich kompetencji,
- „2” to bardzo niewielka wiedza,
- „3” to posiadanie podstawowych informacji,
- „4” to duża wiedza,
- „5” to bycie ekspertem.

Wykres 6: Jak oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich?



Przed wzięciem udziału w warsztatach uczniowie byli raczej sceptycznie nastawieni do poziomu swoich kompetencji dziennikarskich.

Przed warsztatami prawie cała grupa ankietowanych posiadała niewielkie, lub podstawowe pojęcie z zakresu mediów i dziennikarstwa. 160 osób o takim stanie wiedzy stanowiło łącznie 83% ankietowanych.

Natomiast po warsztatach łącznie ponad połowa respondentów wskazała, że ich wiedza jest duża lub czują się ekspertami (53%), jednak wyraźnie przeważająca część wskazała, że ma podstawowe informacje lub dużą wiedzę (85%). Zaledwie dziesięciu uczniów stwierdziło, że nie posiada lub ma bardzo niewielką wiedzę (6%). Średnio uczniowie ocenili się na poziomie 3,53.

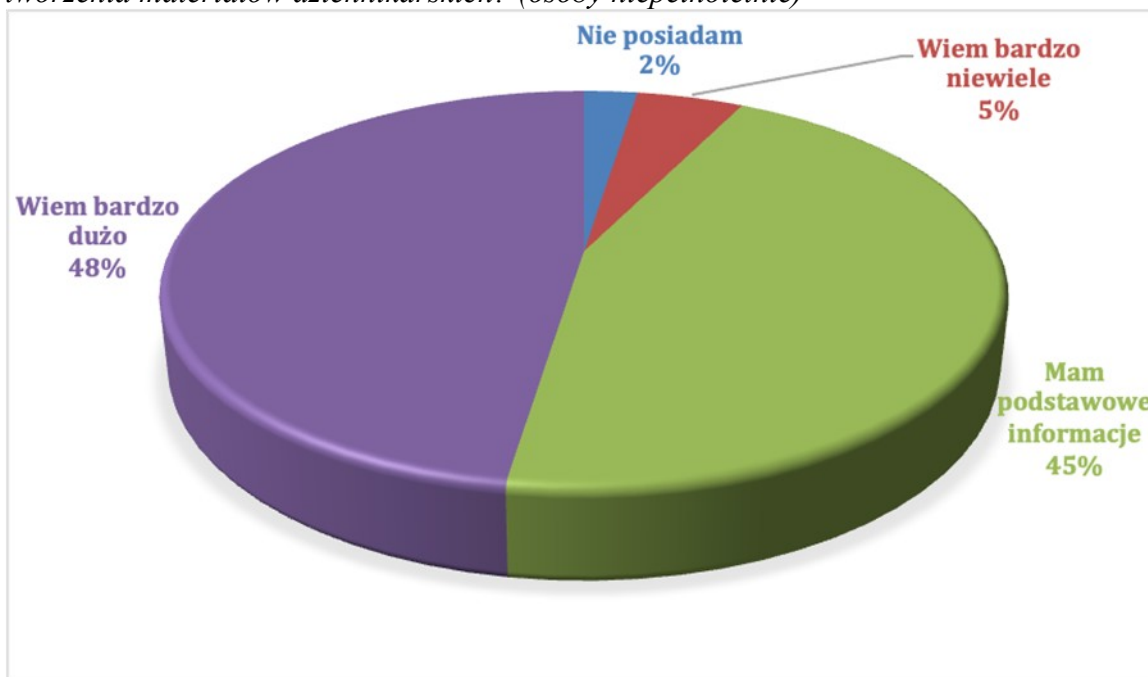
Wykres 7: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich?



Źródło: Badania własne

Porównując samooceny osób niepełnoletnich oraz pełnoletnich warto zwrócić uwagę, że wśród osób poniżej 18. roku życia widać dużo większą tendencję do wysokiej samooceny. Zauważalny jest wzrost o 4 punkty procentowe odpowiedzi deklarujących wiedzę ekspercką (8% wśród niepełnoletnich do 4% u pełnoletnich) oraz spadek o 8,6 p.p. w przypadku wiedzy dużej (odpowiednio 52% oraz 44%). Całościowo obie grupy oceniały się na co najmniej „trzy” w pięciostopniowej skali.

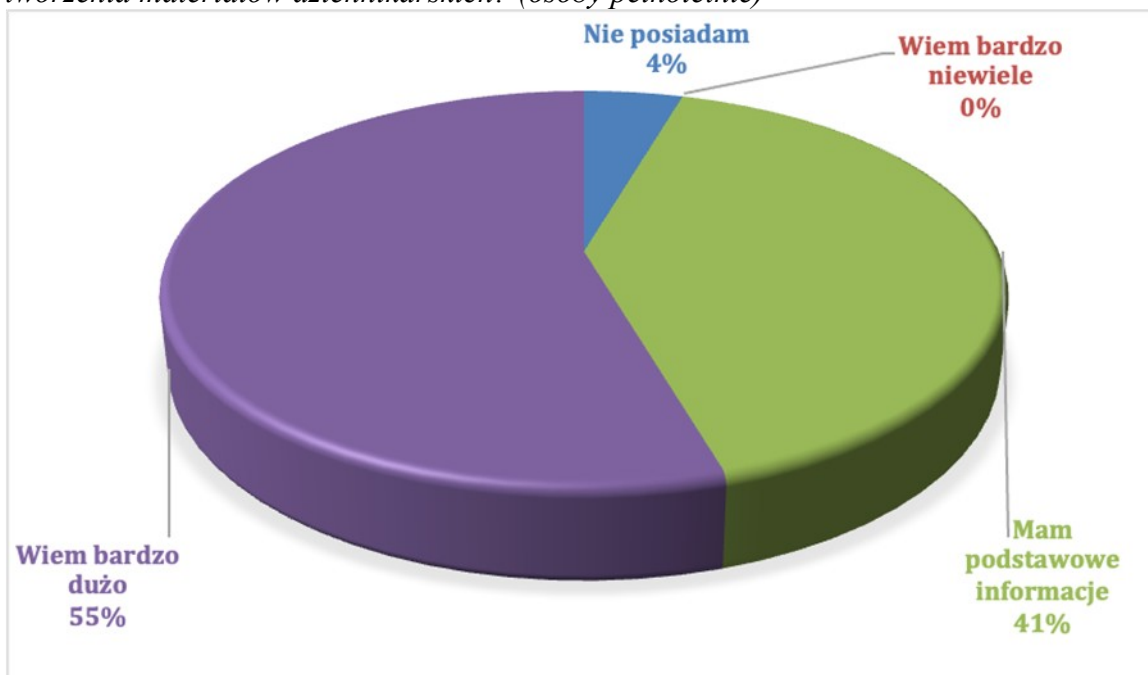
Wykres 8: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich? (osoby niepełnoletnie)



Źródło: Badania własne

Wśród osób niepełnoletnich znacząco wzrasta liczba osób deklarujących wysoki poziom kompetencji medialnych.

Wykres 9: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich? (osoby pełnoletnie)



Źródło: Badania własne

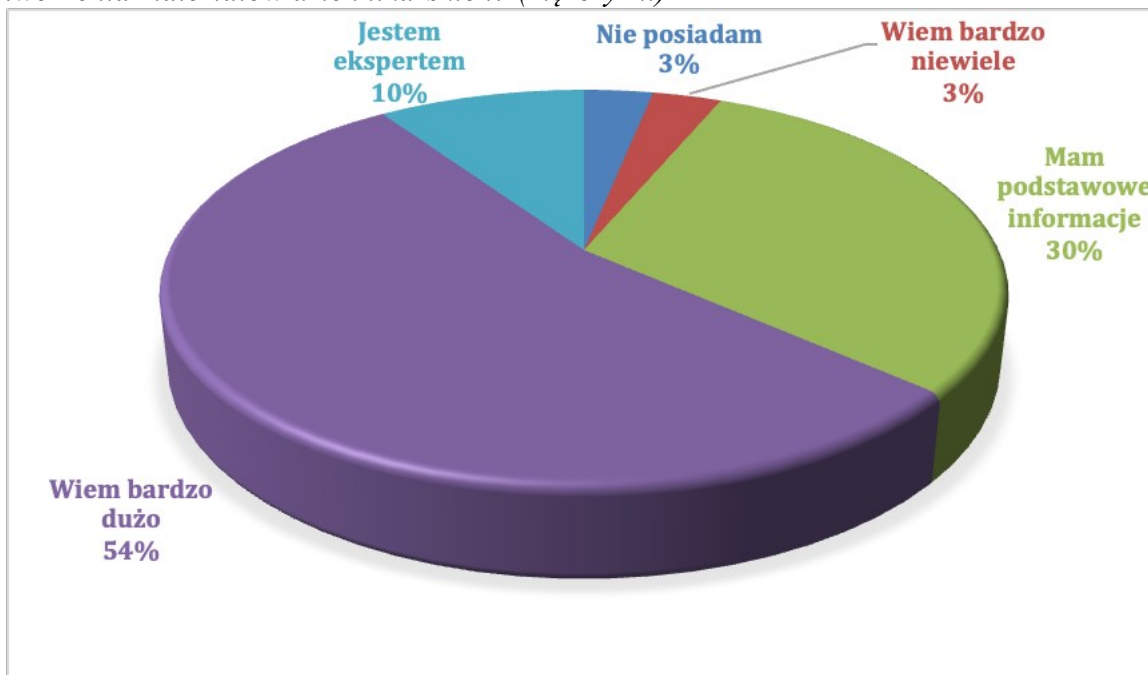
Osoby pełnoletnie są dużo bardziej powściągliwe w swojej samoocenie. Również mężczyźni dużo wyżej ocenili swoje umiejętności niż kobiety. Aż 64% mężczyzn stwierdziło, że posiada dużą lub ekspercką wiedzę przy zaledwie 48% kobiet deklarujących taki poziom.

Wykres 10: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich? (kobiety)



Źródło: Badania własne

Wykres 11: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich? (mężczyźni)



Źródło: Badania własne

Mężczyźni byli o wiele bardziej pewni w swoich samoocenach niż kobiety.

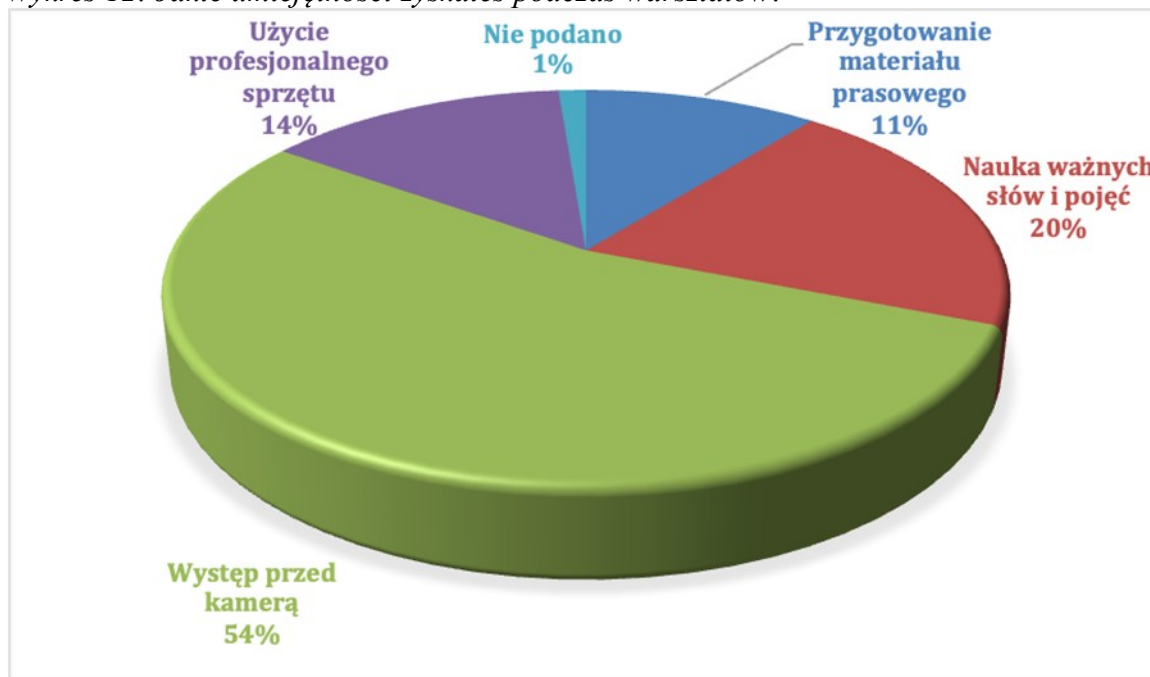
Zdobyte umiejętności

Następnie uczniowie zostali poproszeni o wskazanie konkretnych umiejętności, jakie uzyskali podczas warsztatów. Uczestnicy dostali do wyboru odpowiedzi:

- przygotowanie materiału prasowego,
- nauka ważnych słów i pojęć,
- występ przed kamerą,
- użycie profesjonalnego sprzętu.

Formularz pozwalał na przyjęcie zaledwie jednej z opcji. Wśród nich przeważał występ przed kamerą, którą wybrało 85 osób (54%). Na drugim miejscu (32 głosy) znalazła się nauka ważnych słów i pojęć, a na trzecim użycie profesjonalnego sprzętu (22 głosy), co przełożyło się odpowiednio na 20% oraz 14%. Zaledwie siedemnastu ankietowanych (11%) wskazało przygotowanie materiału prasowego, a dwie osoby nie podały żadnej z w.w. odpowiedzi.

Wykres 12: Jakie umiejętności zyskałeś podczas warsztatów?



Źródło: Badania własne

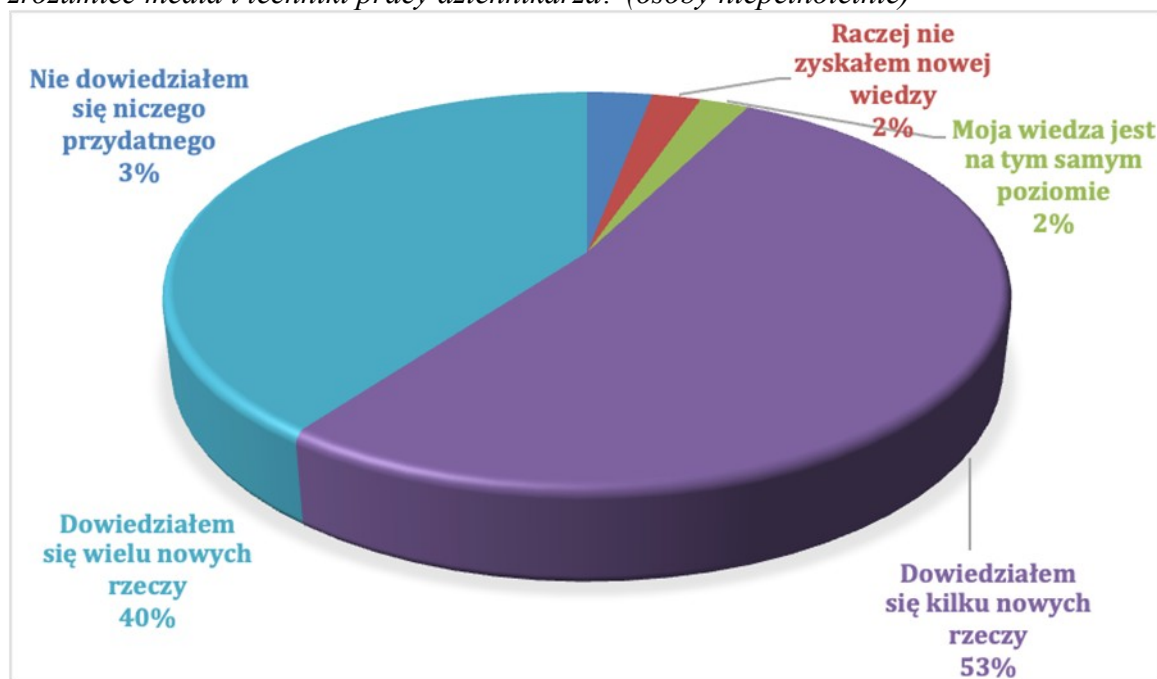
Przydatność wiedzy nabytej podczas warsztatów w lepszym zrozumieniu mediów i technik pracy dziennikarza

Kolejne pytanie postawione przed uczestnikami miało za zadanie sprawdzenie ich odczuć co do tego, czy wiedza zdobyta na warsztatach pomoże im lepiej zrozumieć media i pracę dziennikarza. Ponownie uczniowie zostali poproszeni o podanie swoich odpowiedzi w skali od 1 do 5 z założeniem, że:

- „1” oznacza, że uczeń nie dowiedział się nic przydatnego,
- „2” oznacza, że uczeń raczej nie dowiedział się niczego nowego,
- „3” oznacza, że wiedza ucznia pozostała na tym samym poziomie,
- „4” oznacza, że uczeń dowiedział się kilku nowych rzeczy,
- „5” oznacza, że uczeń dowiedział się wielu nowych rzeczy.

Z ankiet wynika, że podczas naszych warsztatów uczniowie znacząco podnieśli swoją wiedzę na ten temat. Odpowiednio 40% oraz 51% odpowiedziało, że dowiedział się wielu lub kilku rzeczy. Zaledwie 9% badanych oceniło przydatność tej wiedzy na poziomie „3” lub niżej. Średnia ocena wyniosła 4,23.

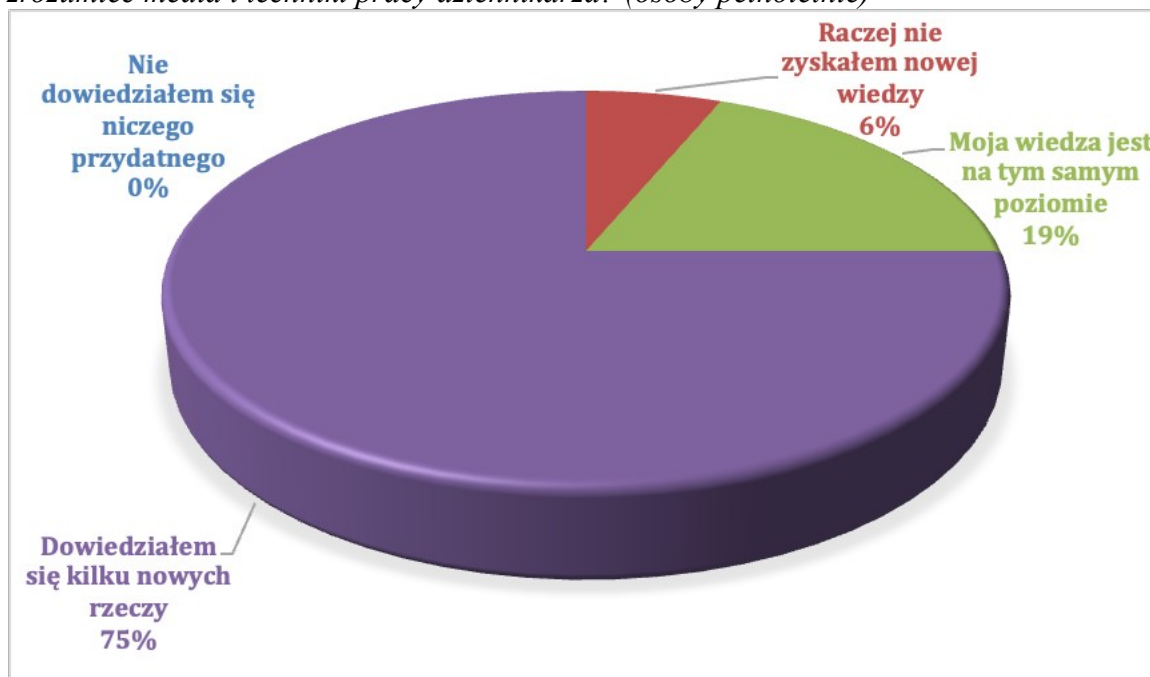
Wykres 13: Czy uważasz, że wiedza pozyskana podczas warsztatów pomoże ci lepiej zrozumieć media i techniki pracy dziennikarza? (osoby niepełnoletnie)



Źródło: Badania własne

Bardzo duży odsetek uczestników uznał, że pozyskana wiedza była pozwoliła im lepiej zrozumieć media i pracę dziennikarza.

Wykres 14: Czy uważasz, że wiedza pozyskana podczas warsztatów pomoże ci lepiej zrozumieć media i techniki pracy dziennikarza? (osoby pełnoletnie)



Źródło: Badania własne

Osoby pełnoletnie były trochę bardziej sceptyczne - wzrósł tu odsetek odpowiedzi o pozostaniu wiedzy na tym samym poziomie.

Warto natomiast zauważyć, że wśród osób pełnoletnich znacząco wzrósł współczynnik oceniający, że ich wiedza jest na tym samym poziomie i nie nauczyli się niczego nowego („3” lub niżej”).

Wykorzystanie nabytej wiedzy w przyszłości

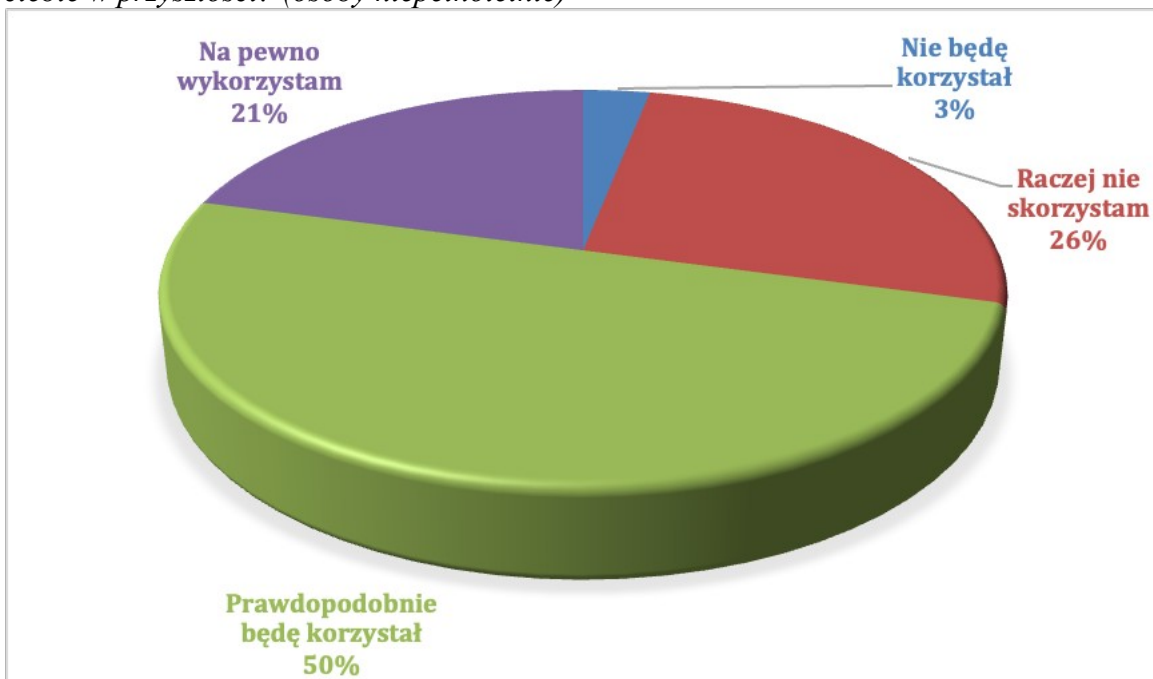
W tej sekcji uczniowie mieli za zadanie ocenić, w jakim stopniu zdobyte umiejętności podczas warsztatów pomogą im w przyszłości. Uczestnicy mieli do wyboru następujące odpowiedzi:

- nie będę korzystał,
- raczej nie skorzystam,
- prawdopodobnie będę korzystał,

- na pewno wykorzystam.

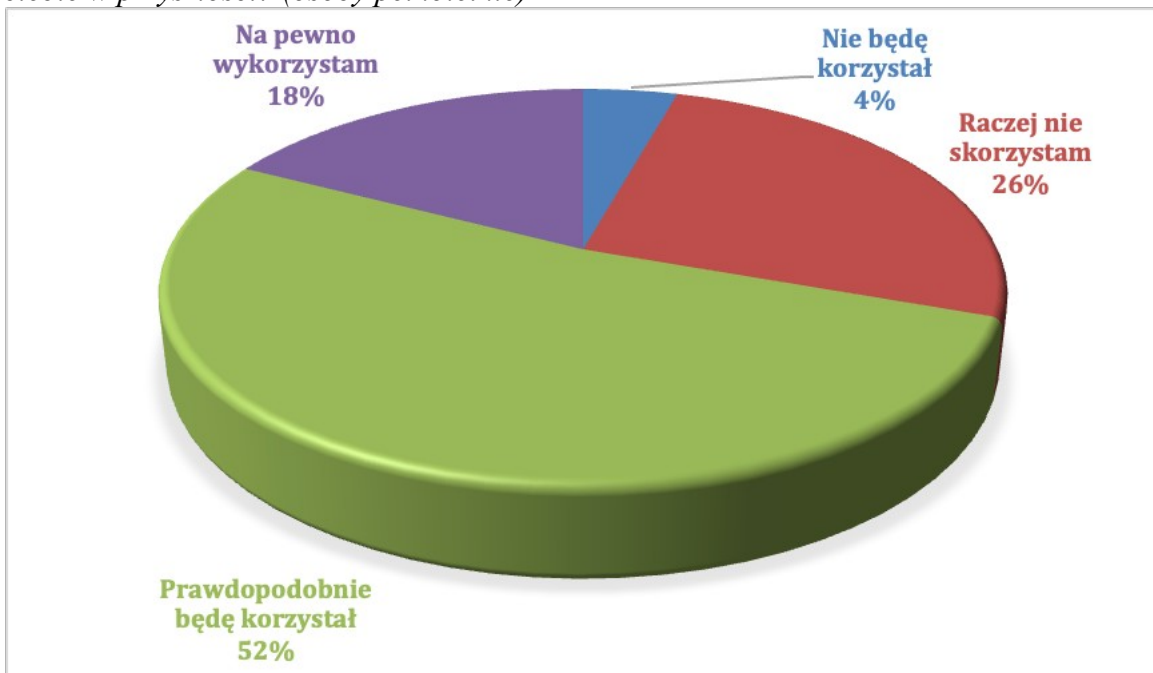
Dokładnie połowa respondentów udzieliła odpowiedzi, że prawdopodobnie z wiedzy skorzystają. Dużo większą pewnością co do jej wykorzystanie wykazało 20%. Z kolei 25% stwierdziło, że raczej nie skorzystają z tych umiejętności, natomiast odpowiedzi w pełni negatywnej udzieliło zaledwie 3% uczestników.

Wykres 15: Czy pozyskana podczas warsztatów wiedza będzie wykorzystywana przez Ciebie w przyszłości? (osoby niepełnoletnie)



Źródło: Badania własne

Wykres 16: Czy pozyskana podczas warsztatów wiedza będzie wykorzystywana przez Ciebie w przyszłości? (osoby pełnoletnie)



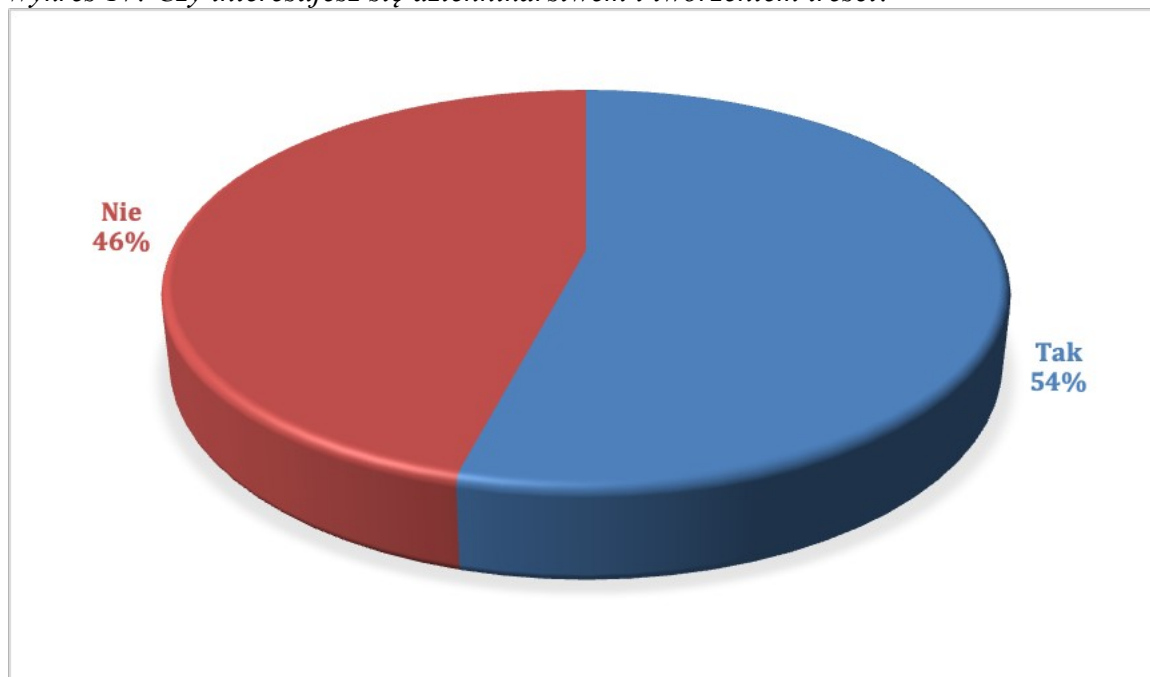
Źródło: Badania własne

Na ogół uczniowie z mniejszym lub większym przekonaniem stwierdzają, że nabyta podczas warsztatów wiedza przyda im się w przyszłości.

Zainteresowanie dziennikarstwem i chęć samodzielnego rozwijania umiejętności

Przed warsztatami łącznie 105 badanych uczniów wykazało zainteresowanie tematem dziennikarstwa oraz tworzenia treści. Stanowili oni 54% ankietowanych. Ostatnie pytanie z części merytorycznej dotyczyło potrzeby poszerzenia swoich kompetencji dziennikarskich. 40% ankietowanych nie było raczej, bądź w ogóle zainteresowanych dalszym poszerzeniem wiedzy. 117 uczniów składało się na grupę, która wyraziła prawdopodobne zainteresowanie tematem (99 - 51%) lub bezpośrednio zależało im na poszerzeniu swoich kompetencji (18 - 9,3%).

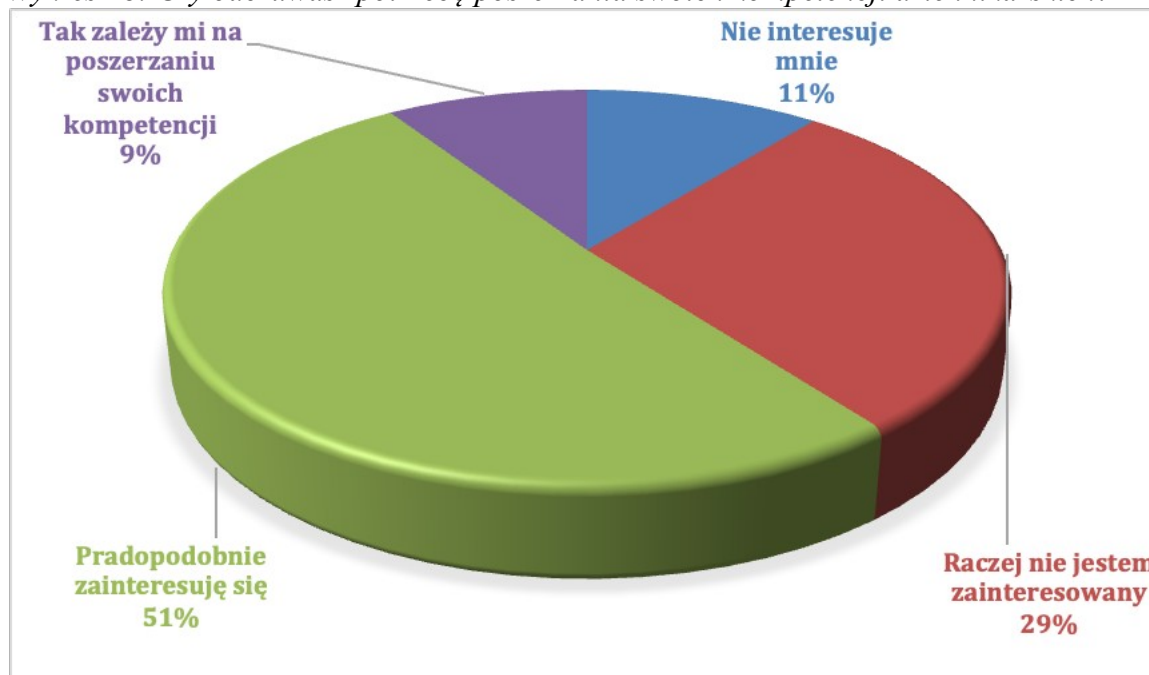
Wykres 17: Czy interesujesz się dziennikarstwem i tworzeniem treści?



Źródło: Badania własne

Zdania dot. zainteresowania dziennikarstwem przed odbyciem warsztatów były mocno podzielone.

Wykres 18: Czy odczuwasz potrzebę poszerzenia swoich kompetencji dziennikarskich?



Źródło: Badania własne

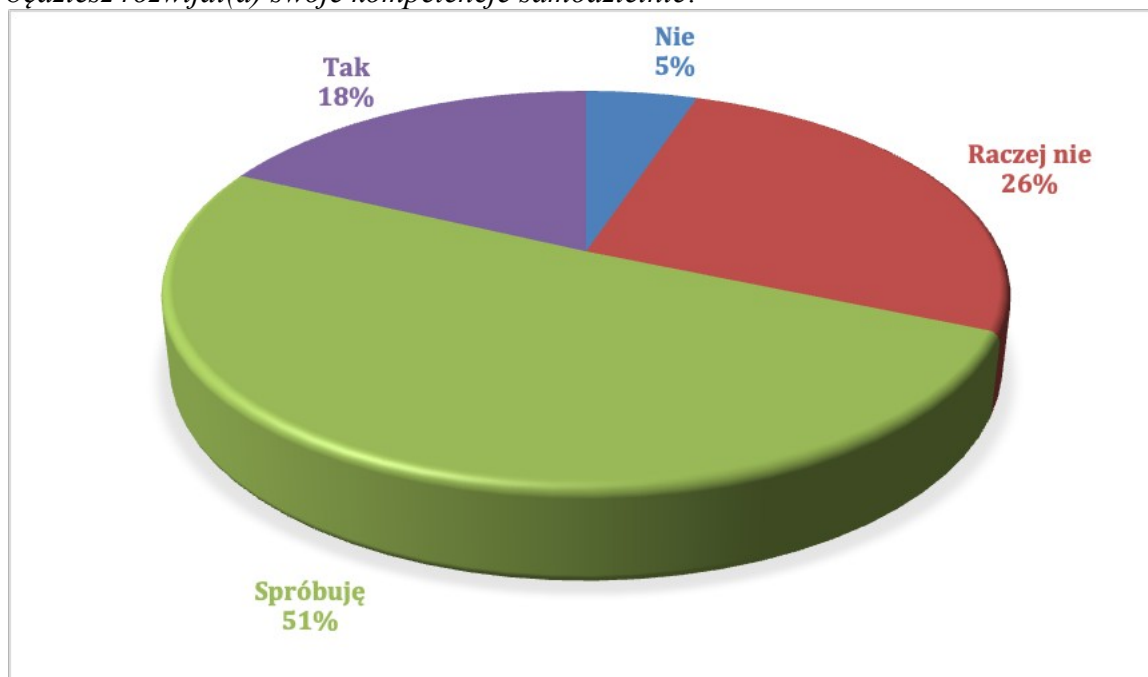
Większość osób była świadoma, że potrzebne są im kompetencje dziennikarskie na wyższym poziomie.

W ankiecie po warsztatach ostatnie pytanie zadane uczniom dotyczyło tego, jak bardzo warsztaty wpłynęły na rozbudzenie wśród nich większego zainteresowania dziennikarstwem oraz czy skłoniły ich do samodzielnego rozwijania tych kompetencji. Uczestnicy mogli odpowiedzieć na to pytanie w następujący sposób:

- nie,
- raczej nie,
- spróbuję,
- tak.

51% odpowiedzi stanowiła opcja "spróbuję". Zdecydowaną chęć dalszego samodzielnego rozwoju wskazało 18% badanych. Nieco ponad ¼ osób (26%) stwierdziło, że raczej nie rozbudziło to ich dalszego zainteresowania, a pewność taką wykazało 5% uczestników

Wykres 19: Czy udział w warsztatach zwiększył twoje zainteresowanie dziennikarstwem i będziesz rozwijał(a) swoje kompetencje samodzielnie?



Źródło: Badania własne

W większości warsztaty rozbudziły ciekawość uczniów - aż 69% z nich co najmniej spróbuje rozwijać samodzielnie swoje kompetencje medialne.

Podsumowanie

Zebrane dane pozwalają nam na całkiem efektywną ocenę dynamiki zmiany w samoocenie wiedzy i umiejętności uczniów oraz tego, jak warsztaty wpłynęły lub mogą wpłynąć na ich przyszłe zainteresowanie dziennikarstwem. W ankiecie przed zajęciami zaledwie 8% respondentów stwierdziło, że wie o dziennikarstwie dużo (7%) lub jest w tej dziedzinie ekspertami (zaledwie 1%!). Po warsztatach zmieniło się to o aż 45 punktów procentowych, bowiem aż 53% uznało swoją wiedzę za dużą lub ekspercką (odpowiednio 44% i 9%).

Nie powinno dziwić, że równoznaczne było to ze spadkiem odpowiedzi deklarujących brak wiedzy i umiejętności dziennikarskich (9%) oraz niewielki stopień takiej wiedzy (33%). Łącznie te dwie

odpowiedzi zanotowały spadek z poziomu 42% do 6%. Przy okazji odsetek osób uznających swoją wiedzę za podstawową spadł z 50% do 4%.

Ponadto dane wskazują również na wzrost zainteresowania i chęci rozwoju swoich dziennikarskich kompetencji przez uczniów. Z 9% do 17% wzrósł odsetek osób deklarujących chęć podnoszenia swoich umiejętności w tym zakresie, a jednocześnie z 40% do 31% spadła liczba osób deklarująca brak zainteresowania dalszym rozwojem w tym zakresie. Chociaż tutaj różnice pomiędzy obydwoma ankietami nie są tak znaczące jak w pytaniu o wiedzę i umiejętności, to jednak wciąż obrazuje bardzo dobry trend.

Wniosek płynący z tych tendencji wyraźnie potwierdza potrzebę dalszego prowadzenia warsztatów. Widać, że warsztaty prowadzone przez media studenckie znacząco przyczyniły się zarówno do podniesienia kompetencji dziennikarskich (przynajmniej w oczach samych uczniów) oraz także do wzmocnienia chęci dalszego rozwoju tej wiedzy i umiejętności.

V. Kompetencje medialne młodzieży szkolnej – wnioski z badań

Kamil Pacholczyk

Joanna Banach

Jakub Jacaszek

Michał Korek

W pracy przedstawione zostały wyniki badań, które zbadały poziom deklaracyjnych kompetencji medialnych wśród uczestników w kontekście przeprowadzanych warsztatów. Praca wnosi cenne informacje do literatury i może być użyteczna dla społeczności naukowej oraz dziennikarskiej zajmującej się tematem kompetencji medialnych wśród uczniów szkół ponadpodstawowych.

W trakcie roku akademickiego 2022/2023 studenci Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu przeprowadzili warsztaty dla szkół ponadpodstawowych w celu kształcenia ich wiedzy i umiejętności medialnych przy równoczesnym zwiększaniu znajomości pracy dziennikarskiej. W ramach podsumowania skuteczności działań osób prowadzących zajęcia wśród uczestników przeprowadzono dwie ankiety: poprzedzającą i podsumowującą efekty. 158 końcowych ocen zestawiono ze 194 początkowymi odpowiedziami przed rozpoczęciem pracy. W ten sposób,

poprzez zestawienie obu wyników otrzymano możliwie najrzetelniejszy obraz wpływu pracy studentów UAM na przyszłych adeptów dziennikarstwa podczas praktycznych warsztatów.

Na podstawie wyników ankiet, które zostały przeprowadzone wśród uczniów szkół ponadpodstawowych biorących udział w warsztatach medialnych na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa można stwierdzić, że warsztaty podniosły poziom deklaracyjnych kompetencji medialnych wśród uczestników warsztatów dziennikarskich.

Ze względu na lokalizację WNPiD UAM, większość uczniów, którzy uczestniczyli w warsztatach, pochodziła z Poznania i podpoznańskich miejscowości, jednak liczba uczestników z dalszych regionów Polski sugeruje, że nie należy ograniczać swojej oferty przeprowadzania szkoleń na wielkopolskie szkoły, lecz także wystosować propozycję dla szkół z innych województw. Uniwersytet im. Adama Mickiewicza wśród tych uczniów może dostrzec przyszłych potencjalnych studentów dziennikarstwa. Znikoma liczba kół redakcyjnych w szkołach, z których na warsztaty przyjechali uczniowie, wskazuje, że wiele szkół ponadpodstawowych na kierunku humanistycznym, redukuje bądź może redukować szanse aktywności uczniów w dziedzinie publicystyki, co może przyczynić się do spadku jakości informowania w kolejnych latach oraz zmniejszenia roli mediów poprzez brak edukacji młodych adeptów dziennikarstwa na odpowiednim szczeblu rozwoju. Brak takiej dodatkowej możliwości może działać niekorzystnie na przyszłość dziennikarstwa w rejonie Poznania w przypadku ograniczonej liczby warsztatów na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa, dlatego też należy wspierać media uczniowskie w gminach.

Pisząc o uczniach zaangażowanych w szkolne redakcje, którzy uczęszczali na zajęcia prowadzone przez studentów, odnotować można obecność członków redakcji „Gazety Szkolnej” Zespołu Szkół w Drezdenku. Samodzielny wysiłek uczniów w rozwój dziennikarski i ich pasja do zawodu jednoznacznie wskazują, że osoby zaangażowane w samorozwój, nawet na etapie szkoły podstawowej, dążą do zdobycia jak największej ilości wiedzy i praktyki na tym etapie dziennikarstwa. Gazeta udostępniana przez Zespół Szkół w Drezdenku posiada 116 numerów, a wszystkie wydane od 2015 można przeczytać w ich własnym archiwum na stronie internetowej szkoły. W pozostałych szkołach ponadpodstawowych, z których uczniowie uczęszczali na zajęcia warsztatowe, nigdzie nie dostrzeżono obecności innych członków zespołów szkolnych mediów, choć uczniowie klas humanistycznych uczestniczyli w warsztatach. O istocie zajęć praktycznych

organizowanych przez Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa, świadczy stwierdzenie, gdzie 82% stwierdziło, że nigdy nie uczestniczyli w działaniach redakcji. Oznacza to, że choć szkoła zapewnia możliwość zdobycia podstawowych pojęć z zakresu medioznawstwa, równocześnie nie sprzyja podopiecznym praktycznego wykorzystania tej wiedzy w życiu zawodowym czy codziennym. Zajęcia organizowane przez studentów stają się jedyną szansą, by uczniowie uzyskali możliwie najszerszy obraz pracy dziennikarza. Praktykując ścieżkę skoncentrowaną wokół języka polskiego, nie otrzymali znaczących szans na rozwój osobisty poprzez profesjonalną pracę w szerokim zespole, tworzącym treści dla innych uczniów.

Warto zwrócić uwagę, że uczniowie tylko teoretycznie mają gruntowną wiedzę w zakresie funkcjonowania współczesnego systemu medialnego. Ponad połowa ankietowanych wskazała, że wszelkiego rodzaju zajęcia objaśniające podstawowe elementy z zakresu współczesnego informowania ludzi, na przeprowadzanych przez studentów warsztatach nie są raczej konieczne. Tym, co przemawia za kontynuowaniem warsztatów na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza, jest niewielki odsetek osób, które znają praktyczne zastosowanie technik medialnych. Jedynie co trzeci uczestnik badania potwierdził uczestnictwo przy tworzeniu materiałów dziennikarskich, a co piąty potwierdził uczestnictwo w redakcjach uczniowskich. Oznaczało to, że mimo iż szkoły zapewniły swoim wychowankom najpotrzebniejsze informacje teoretyczne, a uczniowie często mają problem z ich wykorzystaniem. Ponad połowa badanych odpowiedziała twierdząco, że czują potrzebę poszerzenia swojej wiedzy na temat dziennikarstwa. To argumenty przemawiające na korzyść kooperacji Uniwersytetu ze szkołami podstawowymi i ponadpodstawowymi. Współpraca gwarantuje praktyczne spożytkowanie wiedzy nabytej w szkole oraz odpowiedź na wyraźne zapotrzebowanie młodych ludzi w kwestii skutecznego uczestnictwa w świecie wymiany informacyjnej, jak również samodzielne zapoznanie się z praktyczną częścią medialnych umiejętności. Uczniowie, dzięki warsztatom przeprowadzanych przez studentów mają okazję, by lepiej zrozumieć to, czego uczyli się w szkolnych ławkach, w dodatku w przyjaznej i swobodnej atmosferze. W takiej sytuacji są w stanie sprawdzić w praktyce, jak dobrze w czasie zajęć szkolnych przyswoili pojęcia oraz zasady pracy w świecie mediów. Równocześnie nabywają kolejne umiejętności, potrzebne do wykonywania pracy dziennikarza.

Wyniki badań po warsztatach potwierdzają, że niemal wszyscy zdobyli podstawowe kompetencje medialne. Potwierdza to, iż podczas prelekcji nastąpił rozwój oraz rozszerzenie wiedzy uczniów w zakresie dziennikarstwa i mediów o całe 35,5%, dzięki zajęciom praktycznym. Tym samym

warsztaty mogły przyczynić się do wyciągnięcia potrzebnych wniosków w zakresie edukacji przez pracowników szkół podstawowych i ponadpodstawowych w kontekście ich podopiecznych. Warsztaty przygotowane przez studentów wskazują, że uczniowie zdecydowanie efektywniej nabierają wiedzy podczas praktycznych doświadczeń, gdy nabytą wiedzę potrafią zastosować w swoich aktywnościach. Warsztaty organizowane przez Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa poszerzyły horyzonty wśród uczestników, ale również i pracowników oświaty, gdzie zapewniły najpotrzebniejsze wskazówki do późniejszej, skuteczniejszej pracy nad edukacją kolejnych osób. Poziom skuteczności wpływu prowadzących na młodzież pokazuje, że osoby przeprowadzające warsztaty, pomimo młodego wieku i ograniczonego czasu są w stanie umiejętnie przekazać wiedzę, w dodatku odpłatnie, co może stanowić o niezwykle opłacalnej metodzie uczenia.

Najwyżej pozycjonowaną, zdobytą przez badanych umiejętnością jest występ przed kamerą. Za tę umiejętność odpowiedzialne były redakcje „Flesz” i „Kurier Akademicki”. Oba podmioty są telewizjami studenckimi, więc do szkoleń używają kamer, które wykorzystują w pracy dziennikarskiej. Za drugą kategorię, naukę ważnych słów i pojęć, można przyznać zasługę wszystkim redakcjom biorącym udział w warsztatach. Każda redakcja w zależności od tego, jakie medium reprezentuje i jaką tematyką się zajmuje, posiada inne ważne pojęcia, których zrozumienie prowadzi do wiedzy na temat tego, jak działają media. Trzecią kategorią dotyczącą umiejętności zdobytych przez ankietowanych było „użycie profesjonalnego sprzętu”. Za te umiejętności odpowiadają wymienione wyżej telewizje studenckie, ale też „Radio Meteor”, które prowadzi warsztaty przy użyciu profesjonalnego sprzętu audio. Ostatnią kategorią dotyczącą umiejętności było „przygotowanie materiału prasowego”. Tą umiejętnością zajmują się gazety studenckie „Fenestra” i „BUC”. We współczesnym dziennikarstwie wszystkie z tych umiejętności są potrzebne do kompletnego działania dziennikarza w środowisku medialnym.

Ważnym kryterium oceniającym wpływ warsztatów na młodzież jest ich zainteresowanie dziennikarstwem i chęć samodzielnego rozwoju. Ankietowani w większości stwierdzili, że udział w warsztatach zwiększył ich zainteresowanie dziennikarstwem oraz że będą rozwijać swoje kompetencje samodzielnie. Połowa badanych zadeklarowała, że "spróbuje" samodzielnie rozwijać swoje umiejętności dziennikarskie po ukończeniu warsztatów, co sugeruje, że warsztaty wzbudziły w połowie uczestników poczucie zainteresowania, które skłoniło ich do rozważenia dalszego

rozwoju w tej dziedzinie. Jednocześnie wskazało na istotę umożliwiania młodzieży w rozwijaniu umiejętności na płaszczyźnie szkolnej. Warsztaty mają szansę zachęcić wychowawców do tworzenia możliwości pod kształtowanie praktycznych dziennikarskich umiejętności poprzez stworzenie kół redakcyjnych, organizowanie konkursów bądź dyskusji panelowych. Ilość uczestników, wśród których wzrosła chęć samodzielnej pracy nad materiałami dziennikarskimi może w przyszłości nakłonić młodych ludzi do studiowania tego kierunku na poznańskim uniwersytecie. Może to doprowadzić także do zwiększenia wydatków na studenckie media i wspomaganie ich inicjatyw, jak również uczynić z organizowanych warsztatów możliwie, jak najlepszą formę promocji Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa, z racji dużego wzrostu jakości kształcenia wśród młodych ludzi oraz nakierowanie ich poglądów na nową ścieżkę zawodową. Niemal co piąty respondent wyraził zdecydowaną chęć dalszego samodzielnego rozwoju, co wskazuje, że warsztaty wywarły pozytywny wpływ na postawę uczestników wobec dziennikarstwa i wzięcia pod uwagę tej profesji w kolejnych planach życiowych.

Wyniki wskazują, że warsztaty przyczyniły się do wyraźnego rozbudzenia zainteresowania zawodem dziennikarza w grupie uczestników szkoleń. Za prawie tyle samo punktów procentowych odpowiada grupa osób, które stwierdziły, że warsztaty raczej nie wywołały u nich większego zainteresowania dziennikarstwem. Wynik ten jest istotny dla organizatora szkoleń. Musi on bowiem brać pod uwagę, że nie każda osoba w wieku szkolnym, uczestnicząca w warsztatach o tematyce dziennikarskiej jest zaangażowana w tę sztukę i myśli o niej podczas wybierania swojej drogi rozwoju zawodowego. Wynik ten, może być też spowodowany niedostateczną możliwością połączenia ilości chętnych z liczbą aktywności przy presji czasu. Przyczynia się to do spadku motywacji wśród tych, którzy obserwowali poczynania innych. Choć całkowity brak zainteresowania tematem nie jest zerowy, dotyczy on tak naprawdę najmniejszego odsetka uczestników. Ten fakt pozytywnie rekomenduje warsztaty, jako dowód na to, że zdecydowana większość uczniów i uczennic, chce zagłębić się w tematykę współczesnych mediów. Znikomy odsetek procentowy niezainteresowanych tematem bądź osób, które nie poszerzyły wiedzy, pokazują, że w istocie interakcja z osobami doświadczonymi w kwestiach dziennikarskich może rzutować na wzrost skuteczności kształcenia w placówkach oświatowych. Może to być związane z różnymi czynnikami, takimi jak brak zainteresowania tematyką, nieadekwatność metodyki warsztatów do oczekiwań uczestników lub indywidualne preferencje zawodowe. Warto jednak zwrócić uwagę również na indywidualizm jednostki – nie każdego, pomimo wszelakich starań,

można zainteresować daną tematyką. Prowadząc warsztaty, należy zwrócić uwagę właśnie na takie osoby ze względu na dwa aspekty – aby prowadzący warsztaty nie zniechęcali się do dalszej pracy oraz aby nie zmuszać kogoś do uczestniczenia i wykazywania fałszywych chęci nieinteresującą go tematyką.

Podsumowując, wiedza w zakresie dziennikarstwa i mediów oraz podstawowe umiejętności praktyczne zostały opanowane przez uczestników warsztatów. Warsztaty podniosły poziom wiedzy młodzieży uczestniczącej w nich, co potwierdzają przeprowadzone ankiety – wysnuwa się z tego wniosek, że zaprezentowana forma przekazywania wiedzy jest efektywna i potrzebna. Dodatkowo jest ona korzystna dla obydwu stron uczestniczących – jedna z nich może poszerzać lub zdobywać nową wiedzę, a druga zdobywać doświadczenie w przekazywaniu jej. Wraz z dalszym prowadzeniem szkoleń w przyszłości prognozowane jest ulepszenie ich pod względem organizacyjnym i dydaktycznym, ze względu na zdobyte już doświadczenie przez prowadzących, a także poznanie potrzeb, głosów i deklaracji uczestników. Podniesie to poziom skuteczności warsztatów, a także zaangażowania osób uczestniczących w nich.

Uwzględniając fakt, iż uczestnikami była młodzież, która stoi przed wyborem swojej dalszej kariery rozwoju, można obrać wniosek, że warsztaty mogą stanowić cenne uzupełnienie programów szkolnych. Poprzez przedstawienie kilku ze ścieżek potencjalnej kariery uczestników, zachęca się ich do spróbowania swoich sił w tej dziedzinie, przekazuje podstawową wiedzę i umiejętności, a także oswaja ze środowiskiem dziennikarskim oraz sprzętem wykorzystywanym do pracy codziennej w tym zawodzie. Może to pomóc w ukazaniu młodej osobie decyzji i wyborów dotyczących dalszej edukacji, a nawet jeśli nie zdecyduje się ona ta ten kierunek, to wciąż zdobywa cenne doświadczenie.

Dodatkowo biorąc pod uwagę aktualną sytuację mediów w Polsce, tym bardziej nacisk powinien być kładziony na przeprowadzanie warsztatów z korzystania z nich, a także tworzenia, co potwierdzają wyniki powyższych ankiet. Młode społeczeństwo, wychowane wśród wysoko rozwijającej technologii musi sprawnie potrafić z niej korzystać, jak i ją tworzyć.

VI. Rekomendacje dla prowadzących

Anna Jóźwik

Dominik Janicki

Kacper Zieleniak

Jak wynika z odpowiedzi zgromadzonych w ramach badania ewaluacyjnego, większość z 194 ankietowanych przed warsztatami nie posiadała doświadczeń związanych z działalnością w redakcjach uczniowskich. Przyczyną mogą być trudności techniczne związane z prowadzeniem działalności redakcyjnej, które prawdopodobnie obejmują nieprecyzyjne możliwości wykorzystania środków finansowych do prowadzenia takich przedsięwzięć, ewentualne problemy kadrowe oraz potencjalną niechęć, lub brak zgody dyrekcji szkoły. W przypadku braku woli oraz koordynacji działań nauczycieli i przedstawicieli np. samorządu uczniowskiego, oddolne powstanie sprawnie działającej redakcji nie jest znacznie utrudnione.

Jednym z zadań, które stoją przed prowadzącymi warsztaty, jest zachęcenie młodszych uczniów szkół podstawowych i średnich, do zdobywania doświadczenia medialnego już na etapie szkolnym. Warto dążyć do zwiększenia wśród uczestników warsztatów świadomości w zakresie dostępnych im środków, pozwalających na obcowanie z mediami w ramach nauki w szkole. Pomocne mogą okazać się zajęcia, na których uczestnicy wraz z prelegentami przygotowują projekt gazetki szkolnej, czy omówią podstawy funkcjonowania szkolnego radiowęzła. Zajęcia dotyczące działalności medialnej w szkołach nie powinny obyć się bez poruszenia tematyki mediów społecznościowych. Coraz więcej szkół posiada swoje profile w serwisach takich jak TikTok, Instagram bądź YouTube. Jednym ze sposobów na zwiększenie zaangażowania uczniów w media, a tym samym podniesienia ich kompetencji, jest współtworzenie przez zarząd szkoły oraz przedstawicieli uczniów treści profili na social media placówki. Wciąż takich przykładów wydaje się zbyt mało, biorąc pod uwagę skalę wykorzystania platform społecznościowych przez młodzież. Istnienie i popularność prowadzonych najczęściej przez uczniów stron typu „spotted” pokazuje, że wśród uczniów występuje zapotrzebowanie na usystematyzowanie komunikacji w szkole i przekucie jej w spełniającą funkcję socjalizacji medium. Warto zaznaczyć, że spotted danego podmiotu nie jest prowadzony przez niego np.: spotted MPK nie jest prowadzony przez MPK.

Zdecydowanie bardziej trafne, iż w przypadku poprzedniego pytania wyniki ankiety wskazują na spore zainteresowanie dziennikarstwem i tworzeniem treści wśród badanych uczestników warsztatów. Młode pokolenie zdaje sobie sprawę z wagi, jaką odgrywa komunikacja w branżach takich jak social media i content marketing, jest ono zarówno jednym z głównych odbiorców, jak i współtwórców tych treści. Szczególnie warto zwrócić uwagę osób niezainteresowanych na wszechobecność i dalekosiężną siłę oddziaływania mediów, których przekazy mają wpływ również na odbiorców biernych i niezaangażowanych. Przydatna mogłaby być tu lekcja dotycząca sposobów manipulacji i technik perswazyjnych wykorzystywanych przez twórców treści internetowych, a także podkreślenie wagi zjawisk takich jak tabloidyżacja mediów oraz występowanie fake-newsów, wykorzystując przy tym jak najwięcej przykładów, dotyczących konkretnych sytuacji i postaci, najlepiej szeroko rozpoznawalnych.

Odpowiedzi na to pytanie są bardzo zróżnicowane, najczęściej badani nie są pewni swoich odczuć w tym zakresie bądź nie są one jednoznacznie sprecyzowane. Pomocne dla prowadzących warsztaty będzie być może rozpoczęcie dyskusji dot. dziennikarstwa, wychodząc od spraw szczególnie istotnych dla przedstawicieli młodego pokolenia, takich jak chociażby ochrona środowiska czy równość płci. Wskazanie jak dziennikarstwo może pozytywnie wpłynąć na zmiany w tych uniwersalnych tematach, może zmienić postrzeganie samego zawodu przez uczestników zajęć.

Kluczem do zachęcenia uczestników zajęć do dziennikarstwa może być uświadomienie ich, że kompetencje potrzebne w tym zawodzie oraz nabywane wraz z jego nauką i praktykowaniem, są szeroko cenione na współczesnym rynku pracy. Tym samym wykraczają poza ramy samego dziennikarstwa i pracy w szeroko pojętych mediach. Kompetencje miękkie, stanowią nieodzowny element efektywnej pracy w zespole a komunikowanie między szczeblami organizacji takich jak firmy, stanowi często o ich komercyjnej porażce bądź sukcesie. Równie istotna jest komunikacja podmiotów z otoczeniem. Wiedza o zasadach działania mediów pomaga planować strategie biznesowe, czy reagować odpowiednio na zaistniałe sytuacje kryzysowe.

Oceny warsztatów są przeważnie pozytywne, lecz by w przyszłości były jeszcze lepsze, należy zwrócić uwagę uczestników na przenikanie się mediów z innymi dziedzinami życia, zaakcentować silnie wagę nowych technologii w kreowaniu przekazów medialnych, uwzględnić wiążące się z nią korzyści i zagrożenia. Podczas zajęć szczególnie cenne dla uczestników może okazać się

prezentowanie zagadnień związanych z ważnymi dla nich tematami, chociażby dotyczącymi popkultury czy ochrony środowiska. Pozwoli to im na głębsze zrozumienie omawianych informacji i umożliwi wzbogacenie wiedzy.

Wykorzystanie wiedzy z zakresu dziennikarstwa ma przełożenie na inne dziedziny życia. Zdobyte w czasie pracy dziennikarskiej kompetencje, w szczególności kompetencje miękkie, są przydatne zarówno na płaszczyźnie interpersonalnej, jak i stricte zawodowe. Warto wspólnie z uczestnikami zajęć wymienić te kompetencje, określić ich poziom oraz wskazać na obszary, w których umiejętności „dziennikarskie”, mogą być szczególnie przydatne. Pozwoli to, zauważyć większą wartość w naukach o dziennikarstwie, w szczególności, że ich praktyczne elementy, takie jak obróbka materiałów audiowizualnych, pisanie i redagowanie teksów, prowadzeni stron i blogów są wykorzystywane w wielu dziedzinach życia.

Podczas przeprowadzania warsztatów należy położyć szczególny nacisk na zadania praktyczne, które nie tylko zaktywizują uczestników, nauczą ich czegoś nowego i ciekawego, ale przede wszystkim uświadomią im, że świat mediów stoi przed nimi otworem. Wyposażenie uczestników zajęć w możliwości kreatywnego poznawania tajników dziennikarstwa poprzez „zabawę” wydaje się skuteczniejszym i atrakcyjniejszym sposobem przekazywania wiedzy niż tradycyjne wykłady, skupiające się na teorii.

Do samodzielnego rozwoju kompetencji potrzebne są nie tylko zainteresowania, lecz również odpowiednie narzędzia i wiedza. Warto wskazać uczestnikom zajęć przydatne strony, portale (służące na przykład do weryfikacji informacji, fact-checkingu), oraz darmowe bądź tanie programy pozwalające na pracę nad treściami medialnymi, bądź ich samodzielną produkcję. Przeprowadzenie w ramach warsztatów szkoleń z zakresu programów do produkcji audiowizualnej oraz z montażu i miksowania, np. audycji radiowych, podcastów i produkcji telewizyjnych, może stanowić bodziec, który zachęci uczestników do samodzielnego rozwijania kompetencji w tym zakresie.

Cenne dla uczestników warsztatów będzie szczególnie uświadomienie im, że współcześnie dziennikarzem może być poniekąd każdy. Warto zaznajomić ich z pozytywnymi przykładami dziennikarzy-samouków, wspólnie przeanalizować ich produkcje pod kątem wiarygodności, rzetelności, jakości technicznej oraz doboru tematyki.

Wyniki ankiety przeprowadzonej w ramach badania ewaluacyjnego świadczą, że uczestnicy warsztatów uważają, że poziom wiedzy po nich realnie się zwiększył. Zdecydowana większość badanych, która przed warsztatami uważała, że nie posiada dużej wiedzy na temat mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich, po ich ukończeniu przyznaje, że ma wiedzę co najmniej podstawową w tym zakresie. Warsztaty są skuteczne w dostarczaniu praktycznych umiejętności dziennikarskich uczestnikom. Kontynuowanie skupiania się na praktycznych aspektach, w tym na realizowaniu ćwiczeń, wdrażaniu realnych projektów dziennikarskich i udziale w symulacjach, jak i pamiętanie o wyjaśnieniu uczestnikom podstawowych pojęć i zagadnień teoretycznych, skutecznie zwiększa ich poziom wiedzy na temat mediów.

Poziom zróżnicowania doświadczeń uczestników z praktyczną formą aktywności dziennikarskich sprawia, że kluczowe jest przybliżanie podstawowych pojęć i zasad dziennikarstwa, tak aby wszyscy uczestnicy posiadali solidne fundamenty w tej dziedzinie. Angażowanie bardziej obeznanych z tematem uczestników poprzez zadawanie pytań na forum grupy i ewentualne uzupełnianie otrzymanych odpowiedzi oraz zachęcanie do dyskusji, pozwala dzielić się uczestnikom warsztatów swoją wiedzą i poszerzać ją. Indywidualne podejście do potrzeb uczestników pozwala identyfikować ich mocne i słabe strony, by odpowiednio dostosowywać materiały szkoleniowe i program warsztatów.

Pokazywanie uczestnikom realnych, różnorodnych przykładów materiałów dziennikarskich, pozwala pokazać różne style i podejścia do tematu oraz pokazać jak to zagadnienie wygląda w praktyce. Kontynuowanie bieżącego monitorowanie nastrojów uczestników warsztatów, regularna ocena postępów i identyfikacja obszarów, które wymagają dodatkowego wsparcia, pomogą utrzymać wysoki poziom zaangażowania uczestników i poprawić ich umiejętności.

Praca w grupach i współpraca uczestników przynosi zazwyczaj efektywniejszy wynik, a osoby pracujące wraz z innymi, stają się bardziej pobudzeni do działania, wiedząc, że są obserwowani i oceniani przez pozostałych członków zespołu. Ważne jest, aby uczestnicy czuli się komfortowo zadając pytania i dzieląc się swoimi pomysłami, dlatego warto w dalszym ciągu starać się tworzyć przyjazną i otwartą atmosferę, sprzyjającą aktywnemu uczestnictwu w warsztatach i wymianie wiedzy między prowadzącymi a uczestnikami.

Warto utrzymać też wysoki poziom szkoleń technicznych, szczególnie biorąc pod uwagę fakt, że uczestnicy w większości są niezaznajomieni z narzędziami i technologią używaną w dzisiejszym dziennikarstwie. Różnorodność doświadczenia w danej grupie wcale nie musi być utrudnieniem. Przy odpowiednim podzieleniu uczestników na zespoły zróżnicowanie umiejętności ich członków może być wielkim atutem. Właściwy podział sprawia, że członkowie danej grupy mogą dodatkowo wzajemnie się uczyć od siebie i wspierać, a warsztaty stają się bardziej efektywne, interesujące i inspirujące dla wszystkich.

W dalszym ciągu uczestnicy warsztatów (zwłaszcza Ci początkujący) nie powinni być pozostawianymi bez wsparcia ze zleconym ćwiczeniami. Aby realnie pomagać w poprawie umiejętności, cenne jest dalsze udzielanie wskazówek i informacji zwrotnej.

Uzyskane wyniki nie muszą świadczyć o tym, że prowadzący warsztatów związanych z dziennikarstwem telewizyjnym bardziej przykładają się do swojej pracy, w stosunku do prowadzących warsztaty w zakresie dziennikarstwa prasowego, a raczej wykazują, że uczestnikom warsztatów zdecydowanie bardziej zapadają w pamięć te „bardziej przebojowe”, związane z pracą przed i za kamerą.

Kluczowe jest kontynuowanie rozwijania umiejętności pracy przed kamerą, którą większość ankietowanych uznała za cenną i najbardziej interesującą. Zachęcanie uczestników do częstszych ćwiczeń, czy omówienie strategii radzenia sobie z treścią pomoże im nabierać pewności siebie. Skupianie się na konstruktywnych informacjach zwrotnych, na bieżąco pozwoli uczestnikom korygować ewentualne błędy. Więcej ćwiczeń z profesjonalnym sprzętem, pozwoli uczestnikom jeszcze dokładniej zapoznać się z różnymi narzędziami i urządzeniami wykorzystywanymi do tworzenia materiałów dziennikarskich. Zachęcanie do zadawania pytań i wyjaśniania wątpliwości, sprawi, że uczestnicy poczują się jeszcze pewniej w obszarze technicznym. Dalsze urozmaicenie metod nauczania, np. poprzez quizy, czy zadania praktyczne, sprawi, że uczestnicy nadal będą mieli okazję utrwalać nowe pojęcia w ciekawy i angażujący sposób.

W przypadku przygotowywania materiału prasowego kluczowe jest jeszcze większe skupienie się na praktycznych aspektach tego szkolenia. Pozwoli ono skonkretyzować uczestnikom teorię w praktyce. Przedstawienie wystarczającej ilości przykładów, ćwiczeń i analiza dobrych i złych przypadków wykształci w uczestnikach bardziej krytyczne podejście. Warto również zastanowić się co mogłoby sprawić, że uczestnicy będą jeszcze bardziej zadowoleni z tego zagadnienia. Być

może wprowadzenie dodatkowych, bardziej „przebojowych” ćwiczeń, zwiększyłyby interaktywność.

Poszerzenie zakresu przyswajanego uczestnikom podczas warsztatów, wprowadzenie np. bardziej zaawansowanych technik dziennikarskich lub specjalistyczne zagadnień, pozwoli w pełni wykorzystać potencjał uczestników i może zachęcić ich do kontynuowania swojej edukacji i dalszego rozwijania umiejętności w zakresie tworzenia materiałów dziennikarskich i wiedzy o mediach. Podsumowywanie wiedzy przyswajanej przez uczestników np. poprzez przeprowadzenie testu, quizu, pozwala powtórzyć i określić, na jakim poziomie grupa zapamiętała zagadnienia podane podczas warsztatów. W przypadku zajęć praktycznych cenne jest obejrzenie nagrania i udzielenie informacji zwrotnej jego autorom – docenienie segmentów, które zostały wykonane prawidłowo i zwrócenie uwagi na elementy, nad którymi muszą jeszcze popracować.

Sukces warsztatów, o którym obiektywnie świadczą wyniki ankiety, powinien zostać w jakimś stopniu wykorzystany. Wskazane jest więc wykorzystać go i udostępnić uczestnikom materiały, które pozwolą im kontynuować naukę po zakończeniu warsztatów. Może to być np. lista przydatnych źródeł informacji, książki, podcasty lub artykuły, które pomogą im pogłębić zdobytą wiedzę. Utworzenie kanału komunikacyjnego (np. za pomocą mediów społecznościowych) z uczestnikami, którzy po przeprowadzeniu warsztatów nadal będą chcieli poszerzać swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich, pozwoliłoby utrzymywać kontakt z chętnymi osobami i ewentualnie bieżąco monitorować ich postępy.

Aneks

Opis ankiety „przed warsztatami”¹

Uczestnicy warsztatów, przed przystąpieniem do nich, zostali poproszeni o wypełnienie ankiety. Pytania, które się w niej znalazły, wraz z możliwymi odpowiedziami na nie, zamieszczone zostały poniżej.

1. *Jak w skali od 1 do 5 oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich?*

Ankietowani mogli wybrać odpowiedź spośród:

- (1) Nie posiadam takich
- (2) Wiem bardzo niewiele
- (3) Mam podstawowe informacje
- (4) Wiem dużo o mediach i dziennikarstwie
- (5) Jestem ekspertem/ekspertką w tej dziedzinie!

2. *Czy kiedykolwiek brałeś udział w przygotowaniu materiału prasowego/filmu wideo/audycji radiowej?*

Do wyboru odpowiedź TAK lub NIE.

3. *Czy działasz/działałeś w redakcjach uczniowskich?*

Do wyboru odpowiedź TAK lub NIE.

1 Podziękowania dla mgr W. Dopierały-Kalińskiej i mgr B. Użarowskiej za pomoc w przygotowaniu ankiety

4. *Czy interesujesz się dziennikarstwem i tworzeniem treści?*

Do wyboru odpowiedź TAK lub NIE.

5. *Czy odczuwasz potrzebę poszerzania swoich kompetencji dziennikarskich?*

Ankietowani mogli wybrać odpowiedź spośród:

- a) Nie, nie interesuje mnie to
- b) Raczej nie jestem zainteresowany poszerzaniem wiedzy w tym zakresie
- c) Prawdopodobnie zainteresuje mnie ta tematyka
- d) Tak, zależy mi na poszerzaniu mojej wiedzy

Ponadto ankietowani pytani byli o wiek, płeć oraz nazwę miejscowości, w której uczęszczają do szkoły. Ankieta miała charakter anonimowy. Poza pytaniami o wiek ankietowanego i nazwę miejscowości, w której uczęszcza do szkoły ankietowany. Należy wskazać, że wszystkie pytania w przeprowadzonej przed warsztatami ankiecie miały charakter zamknięty i były pytaniami jednokrotnego wyboru.

Opis ankiety „po warsztatach”

Po wzięciu udziału w warsztatach uczestników poproszono o wypełnienie ankiety, która zawierała pytania dotyczące oceny jakości i przydatności zdobytej podczas warsztatów wiedzy i umiejętności (pytania 1-5) oraz pytania metryczkowe (pytania 6-8). Pytania oraz dostępne opcje odpowiedzi przedstawione są poniżej.

1. *Jak po warsztatach w skali od 1 do 5 oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich?*

- (1) Nie posiadam takich
- (2) Wiem bardzo niewiele
- (3) Mam podstawowe informacje
- (4) Wiem dużo o mediach i dziennikarstwie
- (5) Jestem ekspertem/ekspertką w tej dziedzinie!

2. *Jakie umiejętności zyskałeś podczas warsztatów (zaznacz pozyskane przez siebie umiejętności)?*

Ankietowani mogli wybrać odpowiedź spośród:

- a) przygotowanie materiału prasowego.
- b) nauka ważnych słów i pojęć związanych z mediami (np. stylbook/green screen/lead itp.)
- c) występ przed kamerą/mikrofonem/na żywo w roli prowadzącego lub osoby prowadzącej wywiad radiowy/prasowy/telewizyjny?
- d) użycie profesjonalnego sprzętu znajdującego się w studiu prasowym, radiowym lub telewizyjnym?

3. *Czy uważasz, że wiedza pozyskana podczas warsztatów pomoże Ci lepiej zrozumieć media i techniki pracy dziennikarza?*

Ankietowani mogli wybrać odpowiedź spośród:

- a) nie dowiedziałem/am się niczego przydatnego.
- b) raczej nie zyskałem/am nowej wiedzy.
- c) moja wiedza jest na tym samym poziomie, co przed warsztatami.
- d) dowiedziałem/am się kilku nowych rzeczy.
- e) dowiedziałem/am się wielu nowych rzeczy

4. *Czy pozyskana podczas warsztatów wiedza będzie przez Ciebie wykorzystana w przyszłości?*

Ankietowani mogli wybrać odpowiedź spośród:

- a) nie będę korzystał z pozyskanej wiedzy/umiejętności.
- b) raczej nie skorzystam z pozyskanej wiedzy/umiejętności.
- c) prawdopodobnie będę korzystał z pozyskanej wiedzy/umiejętności.
- d) na pewno wykorzystam pozyskaną wiedzę/umiejętności.

5. *Czy udział w warsztatach zwiększył Twoje zainteresowanie dziennikarstwem i bedziesz rozwijał(a) swoje kompetencje samodzielnie?*

Ankietowani mogli wybrać odpowiedź spośród:

- a) Nie, nie chcę rozwijać moich kompetencji w tym zakresie.
- b) Raczej nie będę rozwijać moich kompetencji w tym zakresie.
- c) Spróbuję poszerzyć moją wiedzę i kompetencje w tym zakresie.
- d) Tak! Na pewno będę rozwijał swoje kompetencje i wiedzę w tym zakresie.

Podsumowując, praca dzięki właściwej procedurze badawczej, opartej na doborze odpowiednich metod i technik, dostarcza odpowiedzi na postawione pytania badawcze i pozwala osiągnąć określony cel. Praca wnosi wkład o charakterze empirycznym na temat deklaratywnego poziomu kompetencji medialnych uczestników warsztatów dziennikarskich tuż przed i tuż po odbyciu szkolenia. Choć to kolejne badanie na temat deklaratywnego poziomu kompetencji, to jego zaletą jest przeprowadzenie ankietyzacji na krótko przed i po wystąpienia czynnika uważanego za stymulator rozwoju kompetencji medialnych, jakimi są zajęcia dziennikarskie. Ponadto, badanie dostarcza wiedzy na temat stosunków młodych ludzi do mediów uczniowskich i do profesji dziennikarskiej. Jest ona niezbędna dla prawidłowego wykorzystania środków masowego przekazu na rzecz budowy społeczeństwa odpornego na dezinformację i dystrybuowania fałszywych wiadomości.

Bibliografia

- Apanowicz J. *Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej*, Warszawa 2005
- Chang C., Liu E., Lee C., Chen N., *Developing and validating a media literacy self-evaluation scale (MLLS) for elementary school students. The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 10(2), Tajwan 2011
- Fundacja Orange, *Kompetencje cyfrowe młodzieży w Polsce*, 2013, <https://fundacja.orange.pl/stefa-wiedzy/post/kompetencje-cyfrowe-mlodziezy-w-polsce2013-rok> [dostęp: 3.08.2023 r.].
- Jabłońska M., *Kompetencje medialne w kontekście współczesnej konwergencji mediów*, [rozprawa doktorska], Poznań 2023
- Literat I, *Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool. Journal of Media Literacy Education*, 6(1), 2014
- Pilch T., *Zasady badań pedagogicznych*, Wydawnictwo Ossolineum, Wrocław – Warszawa-Kraków – Gdańsk, 1977.
- Rosen L., *Understanding the iGeneration and the way they learn*, St. Martin's Press, 2010.

Wykaz wykresów

Wykres 1: Płeć respondentów.....	23
Wykres 2: Wiek respondentów.....	23
Wykres 3: Miejscowość, w której znajduje się szkoła, do której chodzą respondenci.....	24
Wykres 4: Czy działasz/działałeś w redakcjach uczniowskich?	25
Wykres 5: Czy kiedykolwiek brałeś udział w przygotowaniu materiału prasowego/filmu/wideo/audycji radiowej?.....	25
Wykres 6: Jak oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich?.....	26
Wykres 7: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich?.....	27
Wykres 8: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich? (osoby niepełnoletnie).....	28
Wykres 9: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich? (osoby pełnoletnie).....	28
Wykres 10: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich? (kobiety).....	29
Wykres 11: Jak po warsztatach oceniasz swoją wiedzę i umiejętności w zakresie mediów i tworzenia materiałów dziennikarskich? (mężczyźni).....	29
Wykres 12: Jakie umiejętności zyskałeś podczas warsztatów?.....	30
Wykres 13: Czy uważasz, że wiedza pozyskana podczas warsztatów pomoże ci lepiej zrozumieć media i techniki pracy dziennikarza? (osoby niepełnoletnie).....	31
Wykres 14: Czy uważasz, że wiedza pozyskana podczas warsztatów pomoże ci lepiej zrozumieć media i techniki pracy dziennikarza? (osoby pełnoletnie)	32
Wykres 15: Czy pozyskana podczas warsztatów wiedza będzie wykorzystywana przez ciebie w przyszłości? (osoby niepełnoletnie).....	33
Wykres 16: Czy pozyskana podczas warsztatów wiedza będzie wykorzystywana przez ciebie w przyszłości? (osoby pełnoletnie).....	33
Wykres 17: Czy interesujesz się dziennikarstwem i tworzeniem treści?.....	34
Wykres 18: Czy odczuwasz potrzebę poszerzania swoich kompetencji dziennikarskich?	35

Wykres 19: Czy udział w warsztatach zwiększył twoje zainteresowanie dziennikarstwem i będziesz rozwijał(a) swoje kompetencje samodzielnie?.....36



Wydział Nauk Politycznych
i Dziennikarstwa

WNPID DLA SZKÓŁ

warsztaty dziennikarskie

wykłady otwarte

podcasty edukacyjne

wykłady w szkołach

**POZNAJ NASZĄ
BEZPŁATNĄ OFERTĘ**

