

**Biuro Krajowej Rady
Radiofonii i Telewizji**

**Departament Polityki
Europejskiej
i Współpracy z Zagranicą**

Marzec 2010

**ANALIZA
BIURA KRRiT**

Nr 2/2010

KRRiT

**KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI**

Organizacje międzynarodowe i wybrane państwa europejskie wobec edukacji medialnej

**Maria Borkowska
Ewa Murawska-Najmiec
dr Paweł Stępka
Albert Woźniak**

Wprowadzenie

Zagadnienia kompetencji i edukacji medialnej od wielu lat są omawiane w literaturze medioznawczej. W wielu państwach stosunkowo wcześniej zauważono potrzebę edukowania różnych grup społecznych w celu poprawienia tzw. kompetencji medialnej tj. umiejętności korzystania i tworzenia współczesnych mediów. Ze względu na złożoność tego zagadnienia w proces edukacji medialnej powinno być włączonych wiele podmiotów społecznych, w tym rodzina, szkoła, media, organizacje pozarządowe czy instytucje państwowe. W poszczególnych państwach z różną intensywnością realizowano działania z zakresu edukacji medialnej. Potrzeba podnoszenia kompetencji medialnej obywateli jest ściśle związana z opiniotwórczą rolą mediów masowych, jak również dynamicznymi zmianami technologicznymi w tym obszarze.

Zagadnienie to zostało zauważone na poziomie europejskim przez takie instytucje jak Rada Europy czy Unia Europejska. Szczególne znaczenie dla rozwoju kompetencji medialnej obywateli państw europejskich wydaje się mieć przyjęcie w grudniu 2007 roku dyrektywy „o audiowizualnych usługach medialnych” (2007/65/EC), która odnosi się do tego zagadnienia. Motyw 37 preambuły przedmiotowej dyrektywy wskazuje na potrzebę upowszechniania kompetencji medialnej we wszystkich grupach społecznych. Zgodnie z dyrektywą podejmowanie działań edukacyjnych i szkoleniowych w tym zakresie ma na celu zwiększenie wśród obywateli świadomości możliwości oraz zagrożeń, jakie niosą ze sobą współczesne media audiowizualne. Waga działań w tym zakresie została podkreślona w art. 26 dyrektywy, w którym zagadnienie to zostało wskazane jako jeden z tematów sprawozdania, jakie ma przygotować Komisja Europejska na temat stosowania dyrektywy w państwach członkowskich, co oznacza konieczność monitorowania tego zjawiska w Unii Europejskiej.

Ze względu na obowiązek transpozycji dyrektywy do krajowego porządku prawnego państwa członkowskie przeprowadziły szereg dyskusji na temat poszczególnych zagadnień regulowanych nową dyrektywą, w tym na temat kompetencji medialnej. W ten sposób zagadnienie kompetencji medialnej i potrzeby edukacji medialnej zaistniało silniej w przestrzeni publicznej.

Celem niniejszego opracowania jest z jednej strony uporządkowanie wiedzy na temat standardów i inicjatyw podejmowanych w tym obszarze przez Radę Europy i Unię Europejską, z drugiej zaś przyjrzenie się działaniom podejmowanym już na poziomie wybranych państw członkowskich. Ze względu na złożony charakter omawianego zagadnienia, uwaga została skoncentrowana na kompetencjach i działaniach podejmowanych przez poszczególnych regulatorów mediów elektronicznych a także obowiązkach i inicjatywach nadawców w tym zakresie. Pogłębiona analiza dotyczy: Belgii (część Walońska), Francji, Niemiec(przykład Bawarii) oraz Wielkiej Brytanii.

Rada Europy

Działalność prawodawcza

Rada Europy, jako organizacja paneuropejska, posiada znaczący dorobek w zakresie działań ukierunkowanych na wspieranie kompetencji medialnej obywateli państw członkowskich. Pierwszym istotnym dokumentem, który ukazywał potrzebę podjęcia działań na rzecz poprawy kompetencji medialnej było Zalecenie Zgromadzenia Parlamentarnego

Rady Europy nr 1466 (2000) dotyczące edukacji medialnej. W sposób syntetyczny wskazuje ono główne wyzwania związane z dynamicznym rozwojem nowych technologii, epatowanie przemocą przez współczesne media oraz trudności w odróżnianiu przez dzieci i młodzież rzeczywistości od rzeczywistości wirtualnej. Te wyzwania i zagrożenia skłoniły Zgromadzenie Parlamentarne by wezwać do działania zarówno Komitet Ministrów jak i państwa członkowskie. Wśród postulatów skierowanych do państw członkowskich znalazły się m.in.: zachęcanie do wypracowania programów poprawy kompetencji medialnej wśród różnych grup wiekowych, rozwój programów szkoleniowych dla nauczycieli w zakresie edukacji medialnej, włączenie różnych podmiotów i organizacji w dialog na temat poprawy kompetencji medialnej oraz zbadanie możliwości oferowania przez media audycji edukacyjnych promujących edukację medialną.

Innymi ważnymi dokumentami odnoszącymi się do kwestii kompetencji medialnej są dokumenty przyjęte przez państwa członkowskie podczas VII Konferencji Ministerialnej dotyczącej polityki medialnej, która miała miejsce w dniach 10-11 marca 2005 roku w Kijowie. Mimo iż w przyjętych rezolucjach i planie działania stosunkowo niewiele miejsca poświęcono potrzebie działania na rzecz kompetencji medialnej, to zapisy te wyznaczały kierunek działań Rady Europy na najbliższe cztery lata. Odwołując się do nich Komitet Ministrów państw członkowskich przyjął szereg dokumentów, które wzywają państwa członkowskie do podjęcia działań w zakresie edukacji medialnej i poprawy kompetencji medialnej obywateli. Stanowczą większość tych dokumentów dotyczy środowiska nowych mediów; tj. Zalecenie Rec(2006)12 na temat upodmiotowienia dzieci w nowym środowisku informacyjnym i komunikacyjnym, Zalecenie CM/Rec(2007)16 na temat środków promujących wartości publiczne w Internecie oraz Zalecenie CM/Rec(2009)5 na temat środków chroniących dzieci przed szkodliwymi treściami i promujących ich aktywny udział w nowym środowisku informacyjnym i komunikacyjnym. Do wspomnianych dokumentów warto również dodać Deklarację Komitetu Ministrów w sprawie roli mediów środowiskowych w promowaniu spójności społecznej i dialogu międzykulturowego.

Wybrane projekty

The Internet Literacy Handbook - elektroniczna broszura przeznaczona dla nauczycieli, rodziców i uczniów dotycząca bezpiecznego korzystania z Internetu. Broszura omawia różne sposoby wykorzystania Internetu jak m.in.: zakładanie stron, przeszukiwanie zasobów internetowych, korzystanie z poczty elektronicznej, korzystanie z portali internetowych,

blogów, zakupów elektronicznych etc. W tym kontekście omawiane są takie zagadnienia jak etyczny aspekt korzystania z Internetu, dobre praktyki, walory edukacyjne czy linki do ciekawych stron internetowych. Broszura została opracowana pod patronatem Rady Europy.

Wild Web Woods – edukacyjna gra *on-line*, której celem jest zapoznanie dzieci z zasadami bezpiecznego korzystania z Internetu w zabawny sposób. Gra powstała w ramach projektu „*Building a Europe for and with children*” a przeznaczona jest dla dzieci w wieku od 7 do 10 lat i funkcjonuje dwudziestu wersjach językowych, w tym w języku polskim. Podstawą tej gry jest „Podręcznik obsługi Internetu” Rady Europy, który zawiera 21 informacji o ważnych kwestiach oraz wskazówek dla rodziców i nauczycieli, jak bezpiecznie korzystać z Internetu. Program powstał przy wsparciu finansowym rządów Finlandii i Monako.

Unia Europejska

Działalność prawodawcza

Sprawą edukacji medialnej Unia Europejska zajmuje się już od wielu lat. Z inicjatywy Parlamentu Europejskiego, Komisja Europejska powołała Grupę ekspertów ds. umiejętności korzystania z mediów w celu dokonania analizy i zdefiniowania celów i tendencji w zakresie umiejętności korzystania z mediów, określenia i promowania dobrych praktyk na szczeblu europejskim oraz przedstawiania propozycji działań w tej dziedzinie. Pierwsze spotkanie grupy odbyło się w marcu 2006 roku. W maju 2006 roku Komisja zleciła badanie zatytułowane: „Obecne trendy i podejścia do umiejętności korzystania z mediów”, w którym dokonano przeglądu obecnych praktyk w zakresie wdrażania umiejętności korzystania z mediów w Europie. Natomiast w ostatnim kwartale 2006 roku Komisja zainicjowała konsultacje publiczne na temat edukacji medialnej, których efektem był raport. W raporcie tym Komisja wskazała, że istnieje pilna potrzeba dokonania szerszego i długoterminowego badania w celu wypracowania nowych kryteriów oceny i nowych dobrych praktyk w dziedzinie umiejętności korzystania z mediów. Efektem wspomnianych działań było Zalecenie nr 2006/952/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony małoletnich i godności ludzkiej oraz prawa do odpowiedzi w związku z konkurencyjnością europejskiego sektora usług audiowizualnych i informacyjnych, a także Komunikat Komisji KOM(2007)833 p.t.: „Europejskie podejście do umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym”. Komunikat ten stanowi element działań na rzecz budowy jednolitego rynku dla sektora

audiowizualnego, obejmujących również dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych, ustanawiającą m.in. wspólne przepisy w zakresie reklamy.

Aktywny udział w dzisiejszym społeczeństwie informacyjnym wymaga od obywateli zrozumienia, w jaki sposób funkcjonują zarówno tradycyjne, jak i nowe media. Z tego względu Komisja, odpowiadając na wezwanie Parlamentu Europejskiego, przyjęła 20 sierpnia 2009 roku Zalecenie w sprawie umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym, w którym wzywa państwa członkowskie i branżę do promowania w całej Europie umiejętności korzystania z mediów poprzez działania, które ułatwią obywatelom dostęp do wszystkich mediów, takich jak telewizja, film, radio, muzyka, prasa, Internet oraz technologie łączności cyfrowej, a także ich zrozumienie i krytyczną ocenę. W dokumencie tym Komisja podkreśla, że osoby korzystające z mediów muszą być świadome zagrożeń wiążących się z rozpowszechnianiem ich danych osobowych. Im lepiej odbiorcy potrafią się posługiwać współczesnymi technologiami i im lepiej rozumieją zasady funkcjonowania reklamy online, tym lepiej mogą chronić swoją prywatność. Osoby, które sprawniej posługują się mediami, są też w większym stopniu zainteresowane dziedzictwem kulturowym swojego regionu bądź kraju oraz najnowszymi dziełami europejskiej kultury.

Komisja zamierza monitorować starania podejmowane w zakresie umiejętności korzystania z mediów audiowizualnych i umiejętności korzystania z mediów w zakresie informacji handlowych zgodnie z motywem 37 Dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, w szczególności w ramach Komitetu Kontaktowego ds. Audiowizualnych Usług Medialnych i w ramach obowiązku przedstawiania sprawozdań przewidzianego w art. 26 dyrektywy.

Wybrane projekty

Jednym z projektów Unii Europejskich odnoszących się do sprawy edukacji medialnej jest program **MEDIA 2007** służący wsparciu europejskiej kinematografii. Program ten obejmuje szkolenia dla profesjonalistów branży filmowej oraz rozwój, dystrybucję i promocję europejskich dzieł kinematograficznych. Komisja wspiera również umiejętności korzystania z mediów poprzez projekty promujące znajomość dzieł sztuki filmowej w ramach działania przygotowawczego **MEDIA International**. Inicjatywa ta zachęca do podejmowania działań mających na celu zaznajomienie, zwłaszcza młodzieży, z dziełami kinematograficznymi i audiowizualnymi powstającymi w krajach spoza Unii Europejskiej.

Inną inicjatywą Komisji Europejskiej jest program „**Bezpieczny Internet**” skupiający się na zwiększeniu bezpieczeństwa używania Internetu przez dzieci. Celem programu, uwzględniającego najnowsze usługi łączności elektronicznej typu Web 2.0, takie jak serwisy społecznościowe, jest zwalczanie nie tylko nielegalnych treści, ale również szkodliwych zachowań oraz promowanie bezpiecznej cyberprzestrzeni i kształtowanie świadomości społecznej w tym względzie.

Kolejną inicjatywą Komisji Europejskiej związaną z zagadnieniem edukacji medialnej było opracowanie inicjatywy **i2010**, której celem było sformułowanie ogólnych wytycznych polityki w dziedzinie społeczeństwa informacyjnego i mediów do 2010 roku.

W ramach istniejących programów Komisja będzie wspierała projekty badawcze dotyczące umiejętności korzystania z mediów. W szczególności zamierza rozpocząć badanie poziomu świadomości zagrożeń związanych z rozpowszechnianiem danych osobowych w środowisku internetowym i badanie dotyczące sposobu ulepszenia korzystania z wyszukiwarek internetowych.

Komisja zaleca:

I. państwom członkowskim, by, w stosownych przypadkach, we współpracy z władzami odpowiedzialnymi za uregulowania w dziedzinie łączności audiowizualnej i elektronicznej oraz we współpracy z nadzorczymi organami ochrony danych:

1. opracowały i wdrożyły inicjatywy współregulacji prowadzące do przyjęcia przez główne zainteresowane strony kodeksów postępowania i wspierały inicjatywy i wytyczne w zakresie samoregulacji dotyczące tematów określonych dla sektora mediów (w części II poniżej);
2. wspierały – w ramach kontynuacji bieżącego badania Komisji dotyczącego kryteriów oceny poziomów umiejętności korzystania z mediów w Europie – systematyczne badania przez prowadzenie analiz i projektów dotyczących różnych aspektów i wymiarów umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym i ocenianie postępów w zakresie poziomów umiejętności korzystania z mediów;
3. zainicjowały na konferencjach i podczas innych imprez publicznych debaty dotyczące włączenia umiejętności korzystania z mediów do obowiązkowego programu nauczania i uznania jej za część kompetencji kluczowych zawartych w procesie uczenia się przez całe życie, określonych w zaleceniu Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 18 grudnia 2006 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie;

4. zintensyfikowały starania mające na celu pogłębienie świadomości krajowego i europejskiego dziedzictwa audiowizualnego poprzez organizowanie krajowych kampanii informacyjnych kierowanych do obywateli;
5. podnosiły świadomość dotyczącą zagrożeń związanych z przetwarzaniem danych osobowych w sieciach informacyjno-komunikacyjnych poprzez szkolenia, dni informacyjne i rozpowszechnianie materiałów informacyjnych oraz poprzez edukowanie w tym zakresie użytkowników, w szczególności młodzieży, rodziców i nauczycieli.

II. sektorowi mediów, by zwiększył swe zaangażowanie w dostarczenie niezbędnych narzędzi służących zwiększaniu poziomu umiejętności korzystania z mediów przez:

1. systematyczne upowszechnianie w drodze kampanii informacyjnych wiedzy o tym, w jaki sposób informacje i kreatywne treści są produkowane, opracowywane i rozpowszechniane w środowisku cyfrowym, w tym wiedzy o funkcjonowaniu wyszukiwarek internetowych i sposobach lepszego z nich korzystania;
2. dostarczanie obywatelom jasnych i przyjaznych użytkownikowi informacji poprzez organizowanie kampanii informacyjnych na temat technik wykorzystywanych dla celów informacji handlowych, takich jak: lokowanie produktów i reklama w Internecie, oraz dostarczanie obywatelom środków umożliwiających łatwiejsze dostrzeżenie granicy między marketingiem i treścią;
3. dostarczanie obywatelom informacji i tworzenie materiałów informacyjnych kierowanych szczególnie do młodych ludzi i dotyczących tego, w jaki sposób w pełni zgodnie z przepisami obowiązującego prawa, ich dane osobowe są przetwarzane w kontekście ofert dopasowanych do ich potrzeb, a zwłaszcza w kontekście reklamy interaktywnej;
4. aktywne informowanie obywateli podczas organizowanych dni informacyjnych o tym, jak funkcjonuje sektor gospodarki związany z kulturą, w tym także, jaką rolę w tym kontekście odgrywa prawo autorskie.

W 2010 roku Komisja Europejska nadal będzie wspierać wymianę dobrych praktyk opierając się na dotychczasowych działaniach, takich jak programy MEDIA 2007 i MEDIA International oraz działania związane z realizacją dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych. Natomiast w roku 2011 Komisja przedstawi raport na temat „poziomu umiejętności korzystania z mediów” we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej.

Belgia (część walońska)

Edukacja medialna w systemie edukacji

W Walonii (Wspólnota Francuska w Belgii) podobnie jak we Francji, edukacja medialna nauczana jest w sposób interdyscyplinarny. Należy ona do katalogu tzw. tematów przekrojowych (obok edukacji obywatelskiej, środowiskowej, prozdrowotnej, bezpieczeństwa drogowego, itp.) przeznaczonych do wykorzystania na różnych lekcjach, na wszystkich poziomach nauczania w szkole, oraz w tzw. projektach interdyscyplinarnych.

Ciekawą inicjatywą wyróżniającą Belgię Walońską spośród innych krajów jest edukacja poprzez media realizowana w szkole za pomocą tzw. „radia szkolnego”. Dotyczy to szkół podstawowych i średnich założonych przez Wspólnotę Francuską lub subwencionowanych przez nią. O zezwolenie na założenie takiego radia mogą ubiegać się szkoły po uprzednim uzyskaniu opinii CSEM - Wysokiej Rady ds. Edukacji Medialnej (więcej informacji o tym organie - patrz poniżej) oraz pod warunkiem, że nie będą zakłócać emisji innych nadawców. Rząd Wspólnoty Francuskiej w Belgii udziela zezwoleń na funkcjonowanie tego typu radia oraz przydziela na jego rzecz odpowiednie częstotliwości, o czym informuje następnie CSA - organ regulacyjny ds. audiowizualnych. Zezwolenie dla jednego podmiotu wydawane jest maksymalnie na 2 kolejne lata roku szkolnego (z możliwością przedłużenia), moc nadajników nie może przekraczać 30 W, a wysokość anteny – 15 metrów. Nadawany program nie może trwać dłużej niż 8 godzin dziennie, zabronione są reklamy, sponsoring i telezakupy, w zamian za co „radio szkolne” zwolnione jest z rocznej opłaty za użytkowanie częstotliwości. Kwestie dotyczące „radia szkolnego” reguluje główny audiowizualny akt prawny, czyli Dekret o audiowizualnych usługach medialnych (*Decret sur les services de medias audiovisuels*) - Art. 62 oraz 106.

Rola Państwa i regulatora CSA

Już od połowy lat 90-tych ubiegłego wieku Wspólnota Francuska w Belgii może poszczycić się zinstytucjonalizowaną platformą współpracy w zakresie edukacji medialnej na linii rząd – organ regulacyjny ds. audiowizualnych (CSA) – środowiska twórcze i naukowe – przedstawiciele mediów - nauczyciele oraz rodzice i młodzież. Przedstawiciele tych organów i środowisk wchodzili w skład istniejącej od 1995 roku CEM - Rady Edukacji Medialnej (*Conseil de l'Education aux Medias*). Dekretem rządu z czerwca 2008 roku powołano jej

następcę w postaci CSEM - Wysokiej Rady ds. Edukacji Medialnej (*Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias*). Wśród 54 imiennie powołanych członków Rady, dwóch pochodzi z organu regulacyjnego CSA; z kolei 3 osoby wydelegowane przez Radę mają prawo uczestniczyć, z prawem głosu doradczego, w pracach jednego z dwóch organów (*Collège d'avis*) CSA. CSEM - w odróżnieniu od swej poprzedniczki - posiada znacznie większe kompetencje, poszerzoną grupę docelową – obejmuje wszystkie media i wszystkich obywateli (a nie tylko dzieci i młodzież objętą obowiązkiem szkolnym, jak miało to miejsce w wydaniu CEM), powiększony skład (większa reprezentacja przedstawicieli mediów i młodzieży oraz edukacji narodowej i ustawicznej) oraz dysponuje większymi środkami finansowymi. Całkowity budżet instytucji wzrósł z 13 tys. EUR rocznie do 88 tys. EUR rocznie (tyle wynosi zagwarantowana w budżecie Wspólnoty Francuskiej minimalna kwota przeznaczona na koszty funkcjonowania CSEM). Ponadto, dekret powołujący do istnienia Radę wymienia kwoty, które przeznacza na realizację konkretnych, szczegółowo określonych działań (przykładowo: co najmniej 20 tys. EUR rocznie na dofinansowanie lokalnych projektów szkolnych, 515 tys. EUR na akcję gratisowej dla szkół prenumeraty prasy, 99 tys. EUR na akcję „Dziennikarze do klas”, 150 tys. EUR na akcję „Szeroki ekran na tablicy szkolnej” – opis ww. działań poniżej). Nowa Rada ma też silniejsze umocowanie prawne (dekret, a nie rozporządzenie jak w przypadku CEM), a wybór przewodniczącego, mianowanego przez rząd Wspólnoty Francuskiej, odbywa się w drodze otwartego konkursu (kadencja 5-letnia z możliwością jednokrotnego przedłużenia). Zgodnie z zapisami dekretu powołującego CSEM, posiedzenia plenarne Rady odbywają się co najmniej 5 razy do roku (nie licząc prac stałych i tymczasowych grup roboczych oraz bieżącego funkcjonowania Biura i Sekretariatu Rady), przez 2 lata mogą w nich brać udział (głos doradczy) były przewodniczący i wiceprzewodniczący Rady.

Kompetencje Wysokiej Rady ds. Edukacji Medialnej (CSEM) to:

- ✓ promocja edukacji medialnej oraz ułatwianie wymiany i współpracy w tym zakresie między wszystkimi zainteresowanymi stronami;
- ✓ upowszechnianie inicjatyw z zakresu edukacji medialnej za pomocą Internetu;
- ✓ opiniowanie, stymulowanie i artykułowanie priorytetów, inicjatyw, działań, doświadczeń i narzędzi z zakresu edukacji medialnej;
- ✓ inwentaryzacja projektów i inicjatyw promujących edukację medialną;
- ✓ opiniowanie oddolnych inicjatyw, takich jak „szkolne radio” oraz pomocy dydaktycznych, narzędzi i oprogramowania do użytku szkolnego i szkoleniowego;

- ✓ działania na rzecz włączania edukacji medialnej do programów szkolnych i szkoleniowych.

Poprzedniczka CSEM ma na swoim koncie kilka publikacji z zakresu edukacji poprzez media oraz edukacji do mediów i multimediów w szkole (pomoc dydaktyczne dla nauczycieli: broszury, płyty CD, plakaty oraz poradniki dla dzieci i młodzieży typu „Jak czytać/rozumieć newsy?” i inne). Nowa Rada nadal firmuje te publikacje, jak również wpisuje swój udział w stałe działania o zasięgu ogólno-wspólnotowym, do których należą:

- ✓ „Dziennikarze do klas” – oddolna akcja pod patronatem stowarzyszenia dziennikarzy (na prośbę nauczyciela do danej klasy przychodzi zawodowy dziennikarz wolontariusz i prowadzi lekcję według wskazówek i potrzeb nauczyciela; strona internetowa stowarzyszenia służy jako punkt kontaktowy dla chętnych z obu stron);
- ✓ „Otwórz swoją gazetę” – czasowa, gratisowa prenumerata na wybrane dzienniki frankońskie dla każdej z klas szkolnych (rząd płaci za nie maksymalnie połowę ceny detalicznej);
- ✓ „Szeroki ekran na tablicy szkolnej” – kinowe poranki filmowe dla uczniów szkół podstawowych i średnich po preferencyjnych cenach (wybór około 30 filmów na dany rok szkolny oraz opracowanie materiałów dydaktycznych, które przed seansem nauczyciele otrzymują bezpłatnie);
- ✓ „Filmy z katalogu” - możliwość bezpłatnego wypożyczenia z mediateki przez nauczycieli szkół średnich pakietu 100 filmów na DVD wraz z opracowanymi do nich materiałami dydaktycznymi. Akcja ta korzysta z tzw. „wyjątku pedagogicznego”, który zgodnie z prawem autorskim umożliwia publiczne seanse w placówkach szkolnych.

Ponadto, na rok szkolny 2010/2011 CSEM ogłosiło dwa typy konkursów na dofinansowanie (maksymalnie 2 tys. EUR dla jednego beneficjenta) lokalnych projektów szkolnych (szkoła podstawowa i średnia) z zakresu edukacji do mediów oraz współpracy placówek oświatowych z instytucjami kultury.

Rola Państwa w zakresie edukacji medialnej społeczeństwa nie koncentruje się wyłącznie na powołaniu i korzystaniu z działalności Wysokiej Rady ds. Edukacji Medialnej oraz na finansowaniu ww. działań i akcji skierowanych głównie do dzieci i młodzieży szkolnej. Trzecim filarem zaangażowania Państwa w tym zakresie jest funkcjonowanie tzw. Centrów Zasobów Edukacji Medialnej. Rząd Wspólnoty Francuskiej w Belgii – po zapoznaniu się z opinią CSEM – przyznaje w drodze konkursu 5 letnią „akredytację” (z

możliwością przedłużenia) dla 3 wybranych regionalnych Centrów Zasobów Edukacji Medialnej. Przedstawiciele tych centrów wchodzi w skład CSEM - informują Radę o pracach ośrodka, który reprezentują.

Misja Centrów Zasobów polega na projektowaniu, promowaniu i realizowaniu inicjatyw, działań, pomocy dydaktycznych, narzędzi metodologicznych oraz prac badawczych z zakresu edukacji medialnej na rzecz szkół podstawowych i średnich, zarówno nauczycieli jak i uczniów. W związku z powyższym, zadaniem tych centrów jest:

- ✓ realizacja decyzji CSEM w terenie w ramach swoich kompetencji;
- ✓ dostarczanie CSEM danych i informacji dotyczących głównie placówek szkolnych;
- ✓ wsparcie szkoleniowe dla nauczycieli edukacji medialnej;
- ✓ wsparcie edukacji ustawicznej w zakresie edukacji do mediów skierowanej do nauczycieli różnych przedmiotów;
- ✓ wypożyczanie i dostarczanie placówkom oświatowym materiałów na temat edukacji medialnej;
- ✓ wsparcie organizacyjne i merytoryczne działań i akcji ogólno-wspólnotowych typu „Dziennikarze do klas” itp.
- ✓ wsparcie projektów szkolnych z zakresu edukacji medialnej, takich jak „szkolne radio”, czy „szkolne gazetki”.

Centra Zasobów Edukacji Medialnej mają obowiązek corocznego składania Rządowi oraz CSEM sprawozdania ze swojej działalności. Roczny budżet przeznaczony na finansowanie tych ośrodków wynosi 280 tys. EUR (w tym pensje delegowanych przez rząd pracowników - tzw. *charges de mission*, po jednym w każdym z ośrodków), z czego 1/3 kwoty rozdzielana jest bezpośrednio pomiędzy Centra.

Rola mediów publicznych

Zgodnie z kontraktem zarządczym na lata 2007-2011 (*contrat de gestion*), RTBF, czyli nadawca publiczny Wspólnoty Francuskiej w Belgii, ma obowiązek tworzenia i regularnego nadawania (zgodnie z częstotliwością określoną przez Radę Nadzorczą), audycji radiowych i telewizyjnych, a także – w miarę możliwości – oferowania na żądanie treści audiowizualnych przyczyniających się do edukacji medialnej społeczeństwa, ze szczególnym uwzględnieniem dzieci i młodzieży (Art. 22 i 23 kontraktu).

Francja

Edukacja medialna w systemie edukacji

We Francji edukacja medialna nie stanowi odrębnego przedmiotu w szkole, jest ona wpleciona w program obowiązkowych zajęć z różnych przedmiotów podczas całego cyklu nauczania (przedszkole - szkoła podstawowa – gimnazjum – ogólnokształcąca lub zawodowa szkoła średnia). Oswajanie dzieci i młodzieży z zagadnieniem edukacji medialnej, jak również program szkoleniowo-informacyjny w tym zakresie skierowany do nauczycieli ma we Francji długoletnią tradycję. Jest ona związana z istnieniem CLEMI. (*Centre de Liaison d'Enseignement et des Medias d'Information*), czyli Centrum Łączności Oświaty z Mediami Informacyjnymi. CLEMI istnieje od 1983 roku i działa pod egidą Ministerstwa Edukacji Narodowej jako część Krajowego Centrum Dokumentacji Pedagogicznej. Celem CLEMI jest edukacja medialna na poziomie całego systemu oświaty w oparciu o partnerstwo pomiędzy nauczycielami a profesjonalistami z zakresu mediów informacyjnych. W lipcu 2009 roku specjaliści CLEMI umieścili na stronie internetowej nową wersję dokumentu prezentującego obowiązującą podstawę programową pod kątem nauczania elementów edukacji medialnej – zarówno w kontekście edukacji poprzez media, jak i edukacji do mediów. Wszyscy nauczyciele, bez względu na rodzaj szkoły, w której uczą oraz na przedmiot, którego uczą, mają dostęp do CLEMI w zakresie formacyjnym (szkolenia dla 25 tys. nauczycieli rocznie), informacyjno-dokumentacyjnym i poradniczym (narzędzia i metody pracy, pomoce dydaktyczne, moduły programowe, programy pilotażowe). Co ważne, CLEMI posiada zasięg ogólnokrajowy i regionalny (sieć przedstawicieli przy kuratoriach oświaty). Działające w CLEMI centrum dokumentacji wydaje w formie elektronicznej miesięcznik na temat realizowanych prac oraz minionych wydarzeń z zakresu szeroko rozumianej edukacji medialnej, a także udostępnia w swojej siedzibie głównej 4000 publikacji książkowych, 200 prac naukowo-badawczych, specjalistyczne periodyki oraz 2000 artykułów (pełny katalog zasobów jest dostępny w Internecie) dotyczących:

- ✓ historii, funkcjonowania i ekonomii mediów;
- ✓ socjologii mediów;
- ✓ działu „Młodzi a media”;
- ✓ analizy treści/analizy obrazu ruchomego i nieruchomego;
- ✓ dziennikarstwa i technik dziennikarskich;
- ✓ reklamy;

- ✓ internetu i rewolucji cyfrowej;
- ✓ edukacji medialnej i pomocy dydaktycznych w tym zakresie.

CLEMI wspiera też i pomaga uczniom w realizacji „szkolnych mediów” stawiając nacisk na oryginalność i innowacyjność form medialnych (szkolne gazetki, radio i radio internetowe, blogi, projekty międzynarodowe), a także prowadzi dokumentację tych prac oraz organizuje ogólnokrajowe konkursy na najlepsze formy medialne wyprodukowane przez uczniów.

Sztandarowym projektem CLEMI i jego znakiem rozpoznawczym w środowisku szkolnym jest coroczny „Tydzień prasy i mediów w szkole®”, który umożliwia ponad 4 milionom uczniów z 15 tys. szkół lepiej poznawać świat mediów oraz rozumieć związane z nim wyzwania kulturowe i demokratyczne. W marcu 2010 roku odbędzie się już 21. edycja tego wydarzenia.

W ramach propozycji na przyszłość w zakresie edukacji medialnej w systemie edukacji, powołana przez rząd Komisja ds. Rodziny i Edukacji Medialnej rekomendowała w raporcie pt. „Stworzenie strukturalnej polityki w zakresie edukacji do mediów przeznaczonej dla wszystkich odbiorców” następujące działania:

- ✓ uczynienie z edukacji medialnej obowiązkowego przedmiotu (wszystkie poziomy nauczania, w tym elementy wychowania do mediów już w przedszkolu, a program edukacji zawodowej nauczycieli przedszkolnych powinien zawierać moduł dot. edukacji medialnej).;
- ✓ większe otwarcie szkół na rodziców w zakresie edukacji medialnej (np. poprzez zachęty do stworzenia w każdej szkole komitetu ds. mediów złożonego z nauczycieli i rodziców; zorganizowanie w szkole ogólnokrajowego „Dnia Rodziny i Mediów”;
- ✓ położenie większego nacisku na prowadzenie badań naukowych z zakresu edukacji medialnej;
- ✓ kształcenie specjalistycznej kadry w zakresie edukacji medialnej na poziomie studiów wyższych – utworzenie kierunku studiów o tej specjalności;
- ✓ zachęcanie licealistów do roli twórców mediów (np. pomoc dla licealistów w tworzeniu <<studia>> telewizyjno-radiowego w połączeniu z redakcją prasową i stroną internetową, stworzenie <<licealnej legitymacji prasowej>>; szkolne programy pilotażowe z wykorzystaniem zasobów i infrastruktury regionalnych anten telewizji publicznej, subwencje z Ministerstwa Edukacji Narodowej przy wsparciu samorządów

regionalnych dla liceów prowadzących tego typu projekty, wliczanie ocen z pracy licealistów w zakresie edukacji medialnej do wyników egzaminu maturalnego).

Rola Państwa i regulatora CSA

We Francji, znanej ze swej etatystycznej tradycji i charakteru, to Państwo pełni kluczową rolę w projektowaniu systemowych działań w zakresie edukacji medialnej. Jak dotąd CSA - organ regulacyjny ds. audiowizualnych nie odgrywa w tym zakresie żadnej istotnej roli.

W październiku 2009 roku upubliczniony został raport „Stworzenie strukturalnej polityki w zakresie edukacji do mediów przeznaczonej dla wszystkich odbiorców”, który na zamówienie Sekretarza Stanu ds. Rodziny i Solidarności, został opracowany przez Komisję ds. Rodziny i Edukacji Medialnej, złożoną z przedstawicieli instytucji publicznych i organizacji społecznych oraz profesjonalistów z zakresu mediów. Komisja ta rozpoczęła pracę od dokładnego rozpoznania, w jaki sposób obecnie młodzi ludzie korzystają z mediów w kontekście ekspansji Internetu. Głównym wnioskiem było stwierdzenie, iż największe zmiany polegają na coraz większym rozdźwięku między sposobami korzystania z mediów przez dzieci w stosunku do sposobów korzystania z tych mediów przez rodziców. W praktyce oznacza to, iż umiejętności dzieci w obsłudze nowych technologii przerosły umiejętności rodziców, ale nie idzie to w parze z umiejętnością zarządzania nabytymi umiejętnościami, znajomością dobrych praktyk, czy z twórczym i krytycznym odbiorem mediów. W związku z powyższym, Komisja wyznaczyła rodzinę jako docelową grupę aktywnej polityki Państwa w zakresie edukacji medialnej, ze szczególnym uwzględnieniem zrównoważenia kompetencji medialnych dzieci i rodziców. Cele, które w tym nowym kontekście powinna spełniać edukacja medialna to:

- ✓ dalsze wzmocnienie ochrony dzieci i młodzieży: nie tylko poprzez udostępnianie rodzicom stosownych narzędzi w tym zakresie, ale też poprzez nauczanie ich, jak stosować te narzędzia w praktyce oraz pomagając im w lepszym rozeznaniu sposobów korzystania z mediów przez dzieci;
- ✓ położenie nacisku na edukację obywatelską i społeczną w ramach wychowania do mediów (szczególnie ważne w kontekście coraz bardziej zindywidualizowanych sposobów użytkowania mediów);
- ✓ uczynienie z edukacji medialnej obszaru ogólnokrajowej mobilizacji, tak by dotrzeć do wszystkich rodzin w kraju oraz uczynić z tej akcji powszechnie czytelną i

rozpoznawalną ofertę. W tym celu proponuje się powołać nową Fundację ds. Rodziny i Edukacji Medialnej, której rolą byłoby wdrażanie i upowszechnianie strukturalnej polityki publicznej w zakresie edukacji medialnej oraz stworzenie przestrzeni dialogu i wymiany doświadczeń dla wszystkich zainteresowanych stron. Fundacja miałaby również organizować tuż po powszechnie znanym „Tygodniu Prasy i Mediów w Szkole®” - „Dzień Rodziny i Mediów” (byłby to, między innymi, dzień otwarty we wszystkich mediach ogólnokrajowych i regionalnych), a także miałaby powołać Obserwatorium Edukacji Medialnej oraz finansować badania naukowe dotyczące tej sfery. Jednym z głównych narzędzi upowszechniania edukacji medialnej byłby, zarządzany przez nową fundację, portal internetowy, który zbierałby w jednym miejscu wszystkie zasoby na temat edukacji medialnej.

Łącznie, Komisja ds. Rodziny i Edukacji Medialnej przedstawiła Ministerstwu Pracy 4 kierunki działania rozpisane na 15 konkretnych działań:

- 1) wzmocnienie i zmiana struktury oferty w zakresie edukacji do mediów (Fundacja ds. Rodziny i Edukacji Medialnej oraz jej portal, „Dzień Rodziny i Edukacji Medialnej”, europejska sieć wymiany i współpracy w zakresie edukacji medialnej);
- 2) uwrażliwienie rodzin na edukację medialną poza terenem szkoły (bezpłatne szkolenia dla rodziców; kampanie informacyjne i edukacyjne przeznaczone dla dzieci i młodzieży, poszerzenie oferty mediów publicznych w zakresie edukacji medialnej i udostępnienie jej na wszystkich nośnikach, zachęcanie audiowizualnych mediów komercyjnych oraz dostawców usług medialnych do włączenia się w działania na rzecz edukacji medialnej, w tym tworzenie nowych treści programowych, progresywne objęcie wszystkich treści audiowizualnych jednolitym systemem oznakowania chroniącym małoletnich odbiorców);
- 3) stałe dostosowywanie edukacji medialnej prowadzonej w szkole do nowych sposobów korzystania z mediów i związanych z tym usług informacyjno-komunikacyjnych (edukacja medialna jako obowiązkowy przedmiot w szkole, większe otwarcie szkoły na współpracę z rodzicami, większy nacisk na badania naukowe i kształcenie specjalistów edukacji medialnej, zachęcanie młodzieży do roli twórców mediów w szkole);
- 4) większy nacisk na wzmocnienie ochrony dzieci i młodzieży w Internecie (akcje informacyjne dla użytkowników Internetu – zarówno rodziców jak i dzieci, dalszy rozwój narzędzi technicznych chroniących dzieci w Internecie, uczynienie edukacji

medialnej tematem tzw. „Wielkiej Sprawy Narodowej” na przyszły rok kalendarzowy).

Rola mediów publicznych i komercyjnych

a) Media publiczne

W ramach pełnionej przez media publiczne misji, mają one wpisane do katalogu zadań upowszechnianie edukacji medialnej (patrz. nowe *cahier des charges de France Televisions*), ale jest to zapis bardzo ogólny. Wspomniany Raport Komisji ds. Rodziny i Edukacji Medialnej proponuje ukonkretnienie tego zapisu poprzez:

- ✓ poszerzenie oferty programowej o jedną audycję (magazyn) związaną z tematyką edukacji medialnej oraz jedną audycję informacyjno-szkoleniową skierowaną do dzieci, a także udostępnienie tych audycji na wszystkich platformach dystrybucji;
- ✓ stworzenie odrębnego programu telewizji publicznej poświęconego edukacji medialnej, rozpowszechnianego za pomocą nowych technologii (Internet, telewizja mobilna, IPTV) jako kanału popularno-edukacyjnego, którego zawartość stanowiłyby wyżej wymienione audycje, jak też produkcje licealistów zrealizowane w ramach „telewizji licealnej”;
- ✓ stworzenie pozbawionej reklam, publicznej platformy w Internecie, na której młodzi ludzie mogliby zakładać swoje blogi, własne strony www, czaty, czy profile.

b) Media komercyjne i dostawcy usług medialnych

Raport Komisji ds. Rodziny i Edukacji Medialnej przedstawia również konkretne propozycje w zakresie edukacji medialnej skierowane do mediów prywatnych i dostawców usług medialnych. Zakłada przy tym udzielenie im merytorycznego wsparcia ze strony Fundacji ds. Rodziny i Mediów. Do propozycji tych należą:

- ✓ wyznaczenie przez nadawców radiowych i telewizyjnych osób odpowiedzialnych za „edukację medialną” (pełniłyby one rolę osób do kontaktu z Fundacją ds. Rodziny i Edukacji Medialnej), a także określenie przez nich rocznego zobowiązania w postaci konkretnych działań z zakresu edukacji medialnej, które pozostawałyby pod kontrolą CSA (organ regulacyjny ds. audiowizualnych). Nadawcy posiadający szerokie audytorium dziecięce mogliby być w specjalny sposób zachęceni do produkowania audycji o edukacji medialnej przeznaczonych dla dzieci, przy wykorzystaniu funduszy

pochodzących z Fundacji ds. Rodziny i Mediów (te same propozycje odnoszą się do dostawców usług medialnych, przy założeniu wsparcia Forum Praw Internetu);

- ✓ rozszerzenie jednolitego oznakowania pod kątem ochrony dzieci i młodzieży na całą zawartość audiowizualną (a nie tylko audycje telewizyjne) – wideo na żądanie, *catch-up TV*, itp. oraz udoskonalenie funkcjonowania tego oznakowania w audycjach telewizyjnych poprzez utrzymanie przez cały czas trwania audycji piktogramu „nie zalecane dla dzieci poniżej 10 roku życia” oraz przeniesienie oznakowania do programów telewizyjnych drukowanych w prasie oraz na strony internetowe;
- ✓ oznakowanie audycji radiowych pod kątem ochrony dzieci i młodzieży, które dotychczas realizowane było w oparciu o czas nadawania tych audycji, powinno być dostosowane do odbioru usług na żądanie, z pojawieniem się piktogramu obok podcastu.

Niemcy (przypadek Bawarii)

Edukacja medialna w systemie edukacji

Zgodnie z przyjętymi rozwiązaniami prawnymi, w Niemczech zarówno media jak i w dużej mierze kwestie edukacyjne regulowane są na poziomie landów. W Bawarii edukacja medialna była przez lata rozwijana w ramach lekcji informatyki, na których uczniowie uczyli się korzystać z Internetu a także programów użytkowych. W październiku 2009 roku minister Bawarii ds. mediów zapowiedział wprowadzenie projektu *Medienführerschein Bayern* (tj. „medialnego prawa jazdy” dla Bawarii). Zgodnie z tym pomysłem, w trzydziestu szkołach podstawowych w klasach 3 i 4, w ramach wdrożenia pilotażowego, prowadzone będą lekcje z zakresu kompetencji medialnej. Jeżeli projekt pilotażowy zostanie pozytywnie przyjęty, wówczas od roku szkolnego 2010/2011 projekt trafi do wszystkich szkół podstawowych (do klas 3 i 4). Program ma być zróżnicowany i ma dotyczyć różnych mediów (od prasy po Internet), wskazywać na różne zagrożenia związane z konsumpcją mediów, jak również ukazywać bogate możliwości wynikające z korzystania ze współczesnych mediów. Wśród przygotowanych tematów lekcji znalazły się między innymi takie zagadnienia jak: rozpoznawanie rodzajów przekazów telewizyjnych, analizowanie reklam telewizyjnych, korzystanie z czatów, szanse i zagrożenia związane z grami komputerowymi etc. Szkoły realizując projekt będą same mogły wybierać jego profil w zależności od zdefiniowanych

wspólnie z uczniami problemów. W dalszej kolejności mają też rozpocząć się prace nad podobnym programem dla osób dorosłych.

Rola regulatora BLM

Rola landowego regulatora rynku mediów (BLM) w zakresie rozwoju kompetencji medialnej obywateli jest znacząca a zdefiniowana została w art. 11 bawarskiego prawa medialnego (*Bayerisches Mediengesetz - BayMG*). Do sformułowanych w tym przepisie zadań BLM w tym zakresie należą: wspieranie działalności szkoleniowej ekspertów rynku medialnego oraz informowanie na temat zagadnień związanych z korzystaniem z mediów, w szczególności na temat kompetencji medialnej i edukacji medialnej. Regulator od lat przeznaczają istotną część swojego budżetu na cele związane z rozwojem kompetencji medialnej. Szacuje się, że w 2006 roku na ten cel przeznaczono ok. 700 000 EUR, podczas gdy dwa lata później było to już ok. 1 475 000 EUR. Działania podejmowane przez BLM są skierowane do różnych grup społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem dzieci, nauczycieli i rodziców, osób starszych oraz przedstawicieli mniejszości narodowych. Wśród realizowanych projektów warto wskazać szkolenia dla nauczycieli i wychowawców przedszkoli, badania naukowe prowadzone we współpracy z ośrodkiem naukowo-badawczym zajmującym się pedagogiką medialną (*JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis*), organizowane konferencje i seminaria poświęcone tej tematyce czy organizowanie, wspólnie z innymi regulatorami landowymi, od 1993 roku forum poświęconego pedagogice medialnej, w którym udział biorą między innymi eksperci, naukowcy, przedstawiciele młodzieży oraz nadawców wspólnot wyznaniowych.

Z innych ciekawych projektów realizowanych przy wsparciu BLM warto wymienić projekty ukierunkowane na przekazanie dzieciom praktycznej wiedzy z zakresu tworzenia treści medialnej. Przykładem może być np. projekt *Schulradio*, skierowany do uczniów szkół w Bawarii. Projekt ten ma na celu wspieranie tworzenia radiostacji internetowych w bawarskich szkołach. Uczniom oferowana jest wspólna platforma internetowa ułatwiająca tworzenie programu radiowego, jak również wsparcie merytoryczne.

Na uwagę zasługuje również projekt realizowany wspólnie z instytutem JFF „*In eigener Regie*”. Projekt ten również skierowany jest do dzieci i młodzieży, które pod okiem ekspertów mają możliwość tworzenia własnych przekazów audiowizualnych i audialnych. Zainteresowane osoby otrzymują w ten sposób wsparcie nie tylko merytoryczne ale również techniczne.

Podobnie jak inni regulatorzy landowi BLM uczestniczy w projekcie Flimmo, który jest skierowany do rodziców dzieci w wieku 3-13 lat. Oferuje on fachową poradę w sprawie aktualnej oferty programowej, którą ocenia pod kątem wpływu i atrakcyjności audycji dla dzieci we wspomnianym przedziale wiekowym. Projekt Flimmo korzysta z doświadczeń i wiedzy ekspertów z dziedziny pedagogiki medialnej.

Rola mediów publicznych i komercyjnych

Nie ma prawnych przepisów zachęcających bądź nakładających obowiązki na media publiczne i/lub komercyjne w zakresie działalności na rzecz edukacji medialnej.

Wielka Brytania

Edukacja medialna w systemie edukacji

Konsekwentna polityka rządu i władz lokalnych w Wielkiej Brytanii wprowadziła informatyzację do różnych dziedzin – socjalnej, edukacyjnej, administracyjnej oraz do miejsc pracy. Tym niemniej, jak stwierdzono, nauczanie sprawnego posługiwania się komputerem czy Internetem niekoniecznie pociąga za sobą wykształcenie zdolności krytycznego myślenia czy tworzenia własnych treści. Istnieje znaczący kontrast pomiędzy wagą jaką przywiązywano do informatyzacji społeczeństwa a brakiem uwagi poświęcanej mediom czy szerzej pojętej kompetencji medialnej.

Kompetencje medialne nie są odrębnym przedmiotem w brytyjskim programie edukacji. Elementy edukacji medialnej włączone są do programu nauczania języka ojczystego (angielskiego, walijskiego czy irlandzkiego) oraz do programu edukacji obywatelskiej. Wytyczne dotyczące tej kwestii różnią się nieco w poszczególnych częściach Zjednoczonego Królestwa. I tak na przykład w Irlandii Północnej mowa jest o wykształceniu u młodych ludzi „świadomości medialnej” poczynając już od szkoły podstawowej, w ramach nauki języka angielskiego. W Szkocji wytyczne dla nauczania uczniów w wieku 5–14 lat podkreślają „co uczniowie powinni wiedzieć o mediach”, a także odwołują się do kształcenia „umiejętności słuchania i patrzenia” (również w ramach nauki języka angielskiego). W Walii dokumenty programowe dotyczące nauczania języka walijskiego oraz angielskiego odwołują się do „słuchania i reagowania na informacje medialne”, zaś poczynając od 11 roku życia – „omawiania zróżnicowanych wybranych treści z literatury i mediów audiowizualnych”.

Od ponad 20 lat uczniowie brytyjskich szkół średnich (od 14 roku życia) mają możliwość uczestniczenia w fakultatywnych warsztatach dotyczących mediów, co z kolei wymagało wykształcenia grupy nauczycieli specjalizujących się w tej dziedzinie, jednakże z zajęć takich korzysta jedynie ok. 7% młodzieży z tej grupy wiekowej, czyli w widoczny sposób nie są spełniane założenia edukacji medialnej, która ma objąć całe społeczeństwo od najmłodszych klas szkolnych wzwyż.

Wciąż nie ma porozumienia, jakie standardy muszą być osiągnięte, jeśli chodzi o edukację medialną, nie istnieje organ, który kontrolowałby nauczanie tych umiejętności ani nawet nie uzgodniono, jakie elementy składają się na edukację medialną. Wiele instytucji w Wielkiej Brytanii podpisało Europejską Kartę Edukacji Medialnej¹, która wymienia 7 kluczowych umiejętności², ale nie zbadano wciąż jeszcze, jakie są implikacje ich nauczania.

Rola regulatora

W momencie utworzenia zintegrowanego regulatora Ofcom (2003), odpowiedzialność za edukację medialną dotyczącą mediów elektronicznych przydzielona została właśnie temu organowi. Jednocześnie jednak pewne działania w tej sferze prowadzi również Ministerstwo Kultury, Mediów i Sportu (*Department for Culture, Media and Sport – DCMS*), któremu Ofcom podlega i które jest odpowiedzialne za działalność mediów publicznych, nowelizując co 10 lat Kartę BBC. Podobnie Ministerstwo ds. Dzieci, Szkół i Rodzin (*Department for Children, Schools and Families*), które odpowiada za edukację, w sferze swych zainteresowań ma także edukację medialną.

Misja regulatora w zakresie edukacji medialnej sprowadza się do upowszechniania zrozumienia i świadomości:

- natury i treści umieszczanych w mediach elektronicznych;
- sposobów tworzenia tych treści;

¹ Jest to międzynarodowa inicjatywa o charakterze deklaracji, którą mogą podpisywać zarówno instytucje jak i osoby fizyczne, a która ma na celu wspieranie kompetencji medialnej i edukacji medialnej w krajach europejskich

² To znaczy: a) korzystanie z technologii medialnych w celu wyszukania, przechowywania, pobrania i przekazania treści, które zaspokajają indywidualne lub grupowe potrzeby i zainteresowania użytkownika; b) uzyskanie dostępu i dokonanie świadomego wyboru wśród szerokiego wachlarza treści i form medialnych z różnych źródeł kulturalnych i instytucjonalnych; c) rozumienie w jaki sposób i w jakim celu tworzone są treści medialne; d) krytyczna analiza technik, języka i konwencji stosowanej przez media oraz komunikatów jakie przekazują; e) twórcze używanie mediów w celu wyrażania i komunikowania idei, informacji i opinii; f) identyfikowanie i unikanie bądź stawienie czoła treściom lub usługom, które mogą być obraźliwe bądź szkodliwe; g) efektywne korzystanie z mediów w ramach praw demokratycznych i obywatelskiej odpowiedzialności.

- systemów kontroli treści skierowanej do odbiorcy;
- sposobów korzystania z technologii i systemów regulacji dostępu w efektywny i łatwy sposób.

Działania Ofcom w celu promowania kompetencji medialnych sprowadzić można do trzech obszarów:

- √ prace badawcze – szeroko zakrojony program badawczy w celu prześledzenia nowych kwestii, aktualnego poziomu kompetencji medialnych i wyznaczenia kierunków działania
- √ inicjowanie wspólnych działań – stymulowanie debaty na temat edukacji medialnej podczas sympozjów i konferencji, tworzenie systemu informacji i doradztwa na temat nowych technologii, wspomaganie projektów edukacyjnych
- √ oznakowania – tworzenie wspólnego systemu oznakowań treści, które mogą być szkodliwe lub przykre, zwłaszcza w celu ochrony osób młodych i wrażliwych

W celu zidentyfikowania niepokojących zjawisk, zwłaszcza jeśli chodzi o treści umieszczane w Internecie oraz w celu sprowokowania publicznej debaty na temat treści dostępnych dzięki mediom elektronicznym Ofcom inicjuje liczne kampanie i działania. Są to między innymi:

- √ badania i raporty na temat kompetencji medialnych (obejmują grupy takie jak: dzieci, dorośli, narodowości i regiony, osoby niepełnosprawne, osoby starsze oraz dorośli z mniejszości etnicznych),
- √ kwartalny biuletyn edukacji medialnej,
- √ forum badawcze Ofcom na temat edukacji medialnej - uczestnicy forum wywodzący się spośród przedstawicieli nadawców, operatorów, dostawców Internetu, grup konsumenckich, kadry akademickiej i właściwych ministerstw opracowują metodologię badań tego zagadnienia,
- √ Wspólna Grupa Parlamentarna ds. Edukacji Medialnej – zainicjowana przez Ofcom liczna grupa parlamentarzystów i przedstawicieli branży medialnej i telekomunikacyjnej, która spotyka się regularnie w celu wymiany informacji i przedyskutowania najnowszych aspektów dotyczących edukacji medialnej

Rola mediów publicznych i komercyjnych

W opinii przedstawicieli BBC, odpowiedzialność za edukację medialną jest naturalną konsekwencją wiodącej roli w rewolucji cyfrowej, jaką nałożył na publicznego nadawcę rząd brytyjski. W związku z tym BBC zaangażowana jest aktywnie w liczne projekty z tej dziedziny, poczynając od tych związanych z edukacją szkolną i skierowanych do najmłodszych odbiorców a kończąc na działaniach związanych z przejściem na nadawanie cyfrowe i wspomagających osoby starsze czy niepełnosprawne.

W ramach realizacji celów publicznych zapisanych w Karcie BBC: "...BBC w dalszym ciągu odgrywa wiodącą rolę w kształtowaniu społeczeństwa świadomego pod względem medialnym, pomagając ludziom rozumieć i potrafić korzystać z nowych technologii, wspierając jednocześnie kreatywność jednostek w świecie cyfrowym", promując w ten sposób kompetencje medialne.

BBC jest także członkiem założycielem Grupy Zadaniowej ds. Edukacji Medialnej Zjednoczonego Królestwa. Grupa ta zrzesza przedstawicieli BBC, Brytyjskiej Rady Klasyfikacji Filmów, Brytyjskiego Instytutu Filmowego, Channel 4, ITV, Stowarzyszenia Edukacji Medialnej, Brytyjskiej Rady Filmowej oraz Skillset (Rady ds. Kreatywności Medialnej). Na tym forum instytucje członkowskie dzielą się doświadczeniem i podejmują liczne inicjatywy. Za pośrednictwem wspólnego portalu internetowego ukazywane są również przykłady dobrych praktyk.

Rola organizacji pozarządowych

Poza organami rządowymi i podległymi im instytucjami, które kształtują kompetencje medialne społeczeństwa, w Wielkiej Brytanii funkcjonują liczne, bardzo aktywne organizacje pozarządowe, które również działają na tym polu organizując warsztaty, seminaria, kursy i festiwale czy prowadząc portale internetowe. Wymienić tu można m. in.: Centrum Badań Młodzieży i Mediów (*Centre for the Study of Youth and Media*), Centrum Języka Angielskiego i Mediów (*The English and Media Centre*), Stowarzyszenie Edukacji Medialnej (*Media Education Association – MEA*), Trust Telewizji Wspólnotowej (*Community TV Trust – CTVT*), Stowarzyszenie Mediów Wspólnotowych (*Community Media Association – CMA*), *Media Smart*, *Think U Know*, *Citizens Online*, *Digital Unite*, *Cineclub*, *The Nerve Centre* i wiele innych.

Bibliografia:

Rada Europy

- √ Recommendation 1466 (2000) of the Parliamentary Assembly on media education:
- √ Recommendation Rec(2006)12 of the Committee of Ministers to member states on empowering children in the new information and communications environment
- √ Recommendation CM/Rec(2007)16 of the Committee of Ministers to member states on measures to promote the public service value of the Internet, adopted on 7 November 2007
- √ Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue, adopted on 11 February 2009
- √ Recommendation CM/Rec(2009)5 of the Committee of Ministers to member states on measures to protect children against harmful content and behaviour and to promote their active participation in the new information and communications environment, adopted on 8 July 2009
- √ 7th European Ministerial Conference on Mass Media Policy Kyiv (Ukraine), 10-11 March 2005 Integration and diversity: the new frontiers of European media and communications policy
- √ Internet Literacy Handbook:
http://www.coe.int/t/dghl/StandardSetting/InternetLiteracy/hbknew_en.asp
- √ Wild Web Woods: <http://www.wildwebwoods.org/popup.php?lang=pl>

Unia Europejska

- √ Media Literacy, Audiovisual and media Policies:
http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm
- √ Konkluzje Rady z dnia 27 listopada 2009 r. w sprawie umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym, (2009/C 301/09)
- √ Zalecenie Komisji z 20 sierpnia 2009 roku w sprawie umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym w celu stworzenia bardziej konkurencyjnego sektora audiowizualnego i treści cyfrowych oraz stworzenia integracyjnego społeczeństwa opartego na wiedzy, K(2009) 6464

- √ Komunikat Komisji - Europejskie podejście do umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym, Bruksela, 20.12.2007 KOM(2007) 833
http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/com/pl.pdf
- √ Zalecenie nr 2006/952/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ochrony małoletnich i godności ludzkiej oraz prawa do odpowiedzi w związku z konkurencyjnością europejskiego sektora usług audiowizualnych i informacyjnych, Bruksela 2006
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32006H0952:EN:NOT>
- √ Report on the results of the public consultation on media literacy; 2007
http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf
- √ Media literacy questionnaire (2006)
http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/questionnaire_ml_en.pdf
- √ The study "Current trends and approaches to media literacy in Europe" 2007
http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/study.pdf
- √ "Media literacy profile – Europe", 2007
http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/country/europe.pdf
- √ Media literacy expert group
http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/expert_group.pdf

Belgia – część walońska

- √ Decret sur les services de medias audiovisuels
http://www.csa.be/system/document/nom/502/PARL_20090203_DECRET_RADIO_DIFFUSION_CONSOLIDE.pdf
- √ Enseignement et la recherche scientifique, ressources pedagogiques
<http://www.enseignement.be/index.php?page=0&navi=184>
- √ Contrat de gestion RTBF 2007-2011
http://www.csa.be/system/document/nom/562/GVT_20061013_RTBF_contratgestion.pdf
- √ Conseil Superieur de l'Education aux Medias (CSEM)
<http://www.cfwb.be/index.php?id=2105>, <http://www.cem.cfwb.be/>
- √ Powołanie Wysokiej Rady ds. Edukacji medialnej, Przemówienie p. Fadila Laanan, Minister Kultury i Spraw Audiowizualnych Wspólnoty Francuskiej w Belgii, 2 lipca 2009 r.

http://www.fadilalaanan.net/downloads/pdf/EducationMedias_SITE_09.07.02.pdf

- √ Wspólnota Francuska, Dekret o powołaniu Wysokiej Rady ds. Edukacji Medialnej oraz o podjęciu szczególnych inicjatyw i środków w zakresie edukacji medialnej we Wspólnocie Francuskiej, C-2008/29492, 5 czerwca 2008 r.

http://www.cfwb.be/fileadmin/sites/portail/upload/portail_super_editor/Docs/Decret_CSEM_05_06_08.pdf

Działania partnerskie CSEM :

- √ „Dziennikarze do klas” <http://www.agjpb.be/ajp/jec/operation.php>

- √ „Otwórz swoją gazetę” <http://www.jfb.be/jfb.asp?cat=5&cat2=38>

- √ „Szeroki ekran na tablicy szkolnej”

http://www.grignoux.be/Ecran_large_Principes.php

- √ „Filmy z katalogu”

http://www.lamediatheque.be/ext/thematiques/films_a_la_fiche/index.html

- √ Rozpisanie konkursu na lokalny projekt szkolny

http://www.cem.cfwb.be/publications/appel_pro

Francja

- √ Centre de Liaison d’Enseignement et des medias d’Information, www.clemi.org

- √ Commission Famille, Education aux Medias, Synthese du Rapport « Construire une politique structuree d’education aux medias pour tous », czerwiec 2009 r.,

<http://www.travail-solidarite.gouv.fr/documentation-publications,49/rapports,51/rapports-concernant-le-champ-de-la,727/construire-une-politique,10633.html>

- √ Cahier des charges de France Televisions

http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=128835

Niemcy (Bawaria)

- √ „Medienführerschein Bayern“ kommt / Medienminister Siegfried Schneider: „Schlüssiges Instrument für kompetente Mediennutzung und reflektierten eigenverantwortlichen Umgang mit den Medien gerade bei jungen Menschen“

<http://www.bavaria.eu/Pressemitteilungen-.1255.10275282/index.htm>

- √ Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
<http://www.blm.de/de/pub/root.cfm>

Wielka Brytania

- √ Study on the current trends and approaches to media Literacy in Europe. Country Profile : United Kingdom
http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/country/uk.pdf
- √ The Office of Communications (Ofcom)
<http://www.ofcom.org.uk>
- √ EuroMediaLiteracy
<http://www.euromedialiteracy.eu>
- √ UK Film Council
<http://www.ukfilmcouncil.org.uk>
- √ Children Youth and Media Centre
<http://www.childrenyouthandmediacentre.co.uk>
- √ Department for Culture, Media and Sport (DCMS)
www.culture.gov.uk
- √ Department for Children, Schools and Families
www.dfes.gov.uk
- √ Media Education Association
www.mediaedassociation.org.uk
- √ Community Media Association
www.commedia.org.uk
- √ Media Smart
www.mediasmart.org.uk
- √ BBC/Children
www.bbc.co.uk/children