

Janusz Miąso

Poznawanie z nowymi mediami -
nowa jakość czy nowa trudność? :
fragmentaryzacja czy integracja? :
potrzeba nowej konwergentnej
edukacji = Learning with the New
Media - New Quality or New
Difficulty?

Edukacja - Technika - Informatyka nr 3(21), 207-217

2017

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.



JANUSZ MIĄSO

Poznawanie z nowymi mediami – nowa jakość czy nowa trudność? Fragmentaryzacja czy integracja? Potrzeba nowej konwergentnej edukacji

Learning with the New Media – New Quality or New Difficulty? Fragmentation or Integration? The Need for New Convergent Education

Doktor habilitowany profesor UR, Uniwersytet Rzeszowski, Wydział Pedagogiczny, Katedra Pedagogiki Medialnej, Rzeszów

Streszczenie

Poznawanie, uczenie się, pozostaje ciągle jednym z najważniejszych procesów w życiu człowieka, dziś staje się nawet procesem całożyciowym. Równocześnie coraz mocniejszą pozycję w tym procesie zajmują multimedia, następuje proces przesunięcia z uczenia się bezpośredniego w kierunku zapośredniczonego medialnie. Można powiedzieć, że z jednej strony ogromna szansa poznawania na odległość ludzi, przyrody, spraw do których byłoby bardzo trudno realnie dotrzeć a z drugiej czasem trochę ucieczka od wysiłku poznawania realnego świata. Stawiamy więc problem badawczy – czy to nowa jakość i szansa, czy też nowa trudność i zagrożenie, jakaś nowa konwergencja czy fragmentaryzacja? Badania ukazują pewną trudność i nieuchwytność badawczą, młodzież na ogromną skalę poznaje w sposób zapośredniczony, część osób chętnie podąża realnie tym tropem, a część pozostaje dalej w wirtualnym świecie. Rzeczą pewną jest potrzeba nowej konwergentnej edukacji, która będzie ciągle wzmacniać troskę o poznanie realne, dziś już mocno wspierane przez edukację online. Proporcja pozostaje wielką troską pedagogiczną...

Słowa kluczowe: poznawanie, nowe media, konwergencja

Abstract

Getting to know, learning remains still one of the most important processes in human life, today, however, it is becoming a whole-life project. At the same time multimedia are gaining more and more powerful position in this process, we can observe transfer from direct learning towards the one that is media related. One may say that on one hand it is a great opportunity to learn from the distance about people, nature, things that one would not be able to reach but on the other, it may also seem as an escape from making efforts in order to get to know the real world. Therefore we pose this question – is it new quality and opportunity or new difficulty and threat, some new convergence or fragmentation? Research shows some difficulty and elusiveness of results, the youth learn about the world in this mediated way on a large scale, some people eagerly follow this

path and some stay in virtual world. What is certain is the need for new convergent education which will constantly reinforce concerns to learn in a real way that is already supported to great extent by online education. The balance remains a great pedagogical concern...

Keywords: learning, new media, convergence

Wstęp

Będąc wśród młodych, głównie nastolatków, zauważyłem jedną intensywną prawidłowość: gdy pada jakieś pytanie o jakąkolwiek kwestię, pojawia się automatyczny odruch sięgania po smartfona i szukania odpowiedzi w internecie. Młodzi nazywają to permanentne googlanie. Czasem to trochę martwi, bo kiedyś człowiek przede wszystkim sięgał do własnych, osobistych, wewnętrznych intelektualnych zasobów, zastanawiał się i poszukiwał odpowiedzi, czasem słuchał innych. Teraz coraz mniej słucha swojego wnętrza i coraz mniej słucha innych, coraz więcej słucha maszyny, która działa głównie algorytmicznie, a nie mądrościowo. Słuchający rodzic, nauczyciel, mędrzec wsłuchuje się głębiej w pytania ucznia; maszyna przekazuje tylko informację bardziej lub mniej pewną. Starożytny Sokrates, pytając i odpowiadając, prowadził ku głębi mądrości swojego ucznia. Współczesne poznanie, czasem tylko za pomocą mediów, może być powierzchowne, mogą powstawać płycizny intelektualne i płytki umysł (zob. Carr, 2013). Zapewne więc sprawą przyszłości będzie sensowna i dydaktycznie skuteczna konwergencja poznawania bezpośredniego z poznawaniem z nowymi mediami. Moim zdaniem jest to jedno z największych wyzwań przyszłości.

Nowe media i ich wymiary

Nowe media mogą powodować inne sposoby poznawania:

- nowe doświadczenia tekstualne: nowe rodzaje form gatunkowych i tekstualnych, rozrywki, przyjemności i wzorców konsumpcji medialnej (gry komputerowe, symulacje, kino efektów specjalnych, cyberprzestrzeń),
- nowe sposoby reprezentacji świata: media, które dostarczają nowych możliwości i doświadczeń pod względem reprezentacji w sposób nie zawsze dość jasno zdefiniowany (immersyjne środowisko wirtualne, interaktywne multimedia ekranowe),
- nowe relacje pomiędzy podmiotami (użytkownikami i konsumentami) oraz technologiami medialnymi: nowe sposoby użytkowania i odbioru obrazu oraz mediów komunikacyjnych w codziennym życiu oraz nowe znaczenia nadawane technologiom medialnym,
- nowe doświadczanie relacji pomiędzy cielesnością, tożsamością i społecznością: zmiany w osobistym i społecznym doświadczaniu czasu, przestrzeni i miejsca (zarówno w skali lokalnej, jak i globalnej) mające wpływ na sposób, w jaki odbieramy samych siebie i jak postrzegamy swoje miejsce w świecie,

– nowe koncepcje relacji ciała biologicznego do mediów technologicznych: kwestionowanie tradycyjnych rozgraniczeń pomiędzy tym, co ludzkie, a tym, co sztuczne, naturą a techniką, ciałem a technologicznymi protezami, światem rzeczywistym a wirtualnym,

– nowe wzorce organizacji i produkcji: globalne przesunięcia i integracje w kulturze i gospodarce medialnej, przemyśle medialnym, dostępie do mediów, a także własności, kontroli i regulacji mediów (Lister, Dovey, Giddings, Grant, Kelly, 2009, s. 21).

Na ciekawe elementy nowych mediów zwraca także uwagę Manovich w swojej książce *Język nowych mediów* (2006). Mogą one także powodować nowe, inne modelowanie poznawania przez człowieka:

– **Reprezentacja numeryczna** – wszystkie obiekty nowych mediów są liczbami zapisanymi w postaci cyfrowej. Kiedy nowe media tworzone są na komputerze, przybierają od razu postać cyfrową. Konsekwencją jest to, że zdaniem Manovicha nowe media kierują się odmienną logiką charakterystyczną dla społeczeństw postindustrialnych – logiką indywidualnego dopasowania, a nie masowego ujednolicenia.

– **Modularność** – zasadę tę można by nazwać fraktalną strukturą nowych mediów. Modularna struktura nowych mediów w znacznym stopniu ułatwia usuwanie elementów lub zamianę ich na inne. Na przykład w Photoshopie części obrazu zapisywane na różnych warstwach mogą być usuwane lub wymieniane jednym kliknięciem myszy (Manovich, 2006, s. 95–97).

– **Automatyzacja** – postać liczbowa i modularność nowych mediów umożliwiają zautomatyzowanie wielu czynności związanych z ich tworzeniem, obróbką i udostępnianiem. W ten sposób – częściowo – można z procesu twórczego wyeliminować intencjonalność. Automatyzacja mediów to kolejny logiczny etap procesu, któremu początek dało wynalezienie fotografii, a powstanie nowych mediów zbiega się w czasie z drugim etapem, w który wkroczyły nowoczesne społeczeństwa zainteresowane równie intensywnie udostępnianiem i ponownym wykorzystywaniem istniejących obiektów, co tworzeniem nowych (Manovich, 2006, s. 97–102).

– **Wariacyjność** (płynność i zmienność) – ciekawa cecha z punktu widzenia poznawania, albowiem obiekt nowych mediów nie jest czymś ustalonym raz na zawsze, ale raczej czymś, co istnieje w wielu odmiennych od siebie wersjach, których liczba może być teoretycznie nieskończona. Jednym z dobrych przykładów tej cechy są hipermedia, które są dość bliskie interaktywności o strukturze drzewiastej. W hipermediach elementy multimedialne tworzące dokument połączone są za pomocą hiperłączy. Tak więc elementy składowe i struktura są tu niezależne od siebie, co odróżnia je od sztywnej struktury tradycyjnych mediów. Konsekwencją społeczną tego medialnego zjawiska jest to, że każdy obywatel może skonstruować swój własny styl życia i wybrać swoje przekonania z pokaź-

nej listy możliwości. Nie próbuje się już wmuszać odbiorcom tych samych przedmiotów i informacji masowej; nowy styl marketingu polega na indywidualnym podejściu do klienta. Technologiczna logika nowych mediów odzwierciedla tę nową logikę społeczną. Konsekwencje dla kultury mogą być z kolei takie, że każdy wybór prowadzący do uzyskania przez obiekt kulturowy unikalnej tożsamości pozostanie wyborem otwartym. Konsekwencją jest moralny niepokój, który towarzyszy przejściu od wartości stałych do zmiennych, od tradycji do konieczności dokonywania wyborów we wszystkich sferach życia, a także ciągły niepokój twórcy – konstatuje znamienne Manovich (2006, s. 102–113).

– **Transkodowanie** – nowe media składają się z dwu różnych warstw: warstwy komputerowej i warstwy kulturowej. W skład warstwy kulturowej wchodzi np. następujące kategorie: encyklopedia i opowiadanie, fabuła i wątek, kompozycja i punkt widzenia, *mimesis* i *katharsis*, komedia i tragedia; w skład warstwy komputerowej – proces i pakiet, sortowanie i dopasowywanie, funkcja i zmienna, język komputerowy i struktura danych. Warstwa komputerowa i warstwa kulturowa oddziałują na siebie; można by powiedzieć, że są one kompozytowane. W rezultacie powstaje nowa kultura komputerowa, medialna – mieszanka znaczeń ludzkich i komputerowych, tradycyjnych sposobów modelowania świata przez humanistyczną kulturę i właściwych komputerom środków przedstawiania tego świata (Manovich, 2006, s. 114–117).

Poznanie z nowymi mediami

Van Dijk akcentuje zasadnicze różnice między przetwarzaniem informacji przez ludzi i przez media. Poznanie i przetwarzanie informacji przez człowieka (Dijk, 2010, s. 302):

- jest osadzone w sytuacji, kontekście,
- jest to „pełne” doświadczenie,
- schematy są elastyczne,
- uczenie się jest instrumentalne i inteligentne,
- przetwarzanie danych dokonuje się na drodze komunikacji społecznej.

Natomiast przetwarzanie informacji przez medium jest:

- bezkontekstowe,
- percepcja i poznanie są oddzielne i etapowe,
- ustalone schematy, algorytmy,
- „inteligentne” uczenie się,
- przetwarzanie danych na drodze komunikacji technicznej.

Mózg zanurzony permanentnie w świat mediów bardzo ciekawie analizują Small oraz Vorgan i stwierdzają, że rewolucja high-tech doprowadziła do tego, że znajdujemy się w stanie „trwałego częściowego rozkojarzenia uwagi”. W tym stanie nasz mózg przeżywa podwyższony poziom stresu. Nie ma czasu na refleksję, kontemplację ani na podejmowanie przemyślanych decyzji. Zamiast

tego funkcjonuje w stanie ciągłego kryzysu – pobudzenia w oczekiwaniu na nowy kontakt czy ekscytującą informację, która może nadejść w każdej chwili. Gdy przyzwyczajamy się do tego stanu, rozkwitamy tylko wtedy, gdy jesteśmy „podłączeni”. „Podłączenie” syci nasze ego i poczucie własnej wartości – staje się pokusą, której nie potrafimy się oprzeć. Badania z neuroobrazowaniem wskazują, że poczucie własnej wartości ma związek z wielkością hipokampu – obszaru mózgu o kształcie podkowy umieszczonego w płacie skroniowym kory mózgowej kresomózgowia. Hipokamp umożliwia nam uczenie się i zapamiętywanie nowych informacji. Nasi badacze przywołują w tym miejscu Lupien i współpracowników z McGill University, którzy badali wielkość hipokampu u zdrowych młodych ludzi i starszych ochotników. Okazało się, że ocena własnej wartości jest skorelowana w znacznym stopniu z wielkością hipokampu bez względu na wiek. Badania dowiodły również, że im większe poczucie panowania nad własnym życiem, tym większy jest hipokamp. Jednak poczucie kontroli nad własnym życiem i własnej wartości w stanie trwałego częściowego rozkojarzenia uwagi ulega załamaniu – nasze mózgi nie są skonstruowane w taki sposób, by podtrzymywać tego rodzaju monitoring przez dłuższy czas. W efekcie wielogodzinnego nieustannego cyfrowego podłączenia powstaje jedyny w swoim rodzaju stres. Wiele osób pracujących w sieci przez kilka godzin dziennie, bez choćby najkrótszej przerwy, skarży się na często popełniane błędy i pomyłki. Po wylogowaniu osoby te czują się rozkojarzone, zmęczone i podrażnione, jakby przebywały w „cyfrowej mgle”. Jest to nowy rodzaj stresu psychicznego, który Small nazywa „technowypaleniem mózgu”. Jego występowanie jest tak częste, że zagraża epidemii – konstatuje nasz ekspert. Podczas takiego stresu mózg automatycznie sygnalizuje nadnerczu konieczność wydzielania kortyzolu i adrenaliny. Na krótką metę oba hormony stresu podnoszą poziom energii i wzmacniają pamięć, ale w dłuższych okresach zaburzają zdolności poznawcze, prowadzą do depresji i zmieniają sieć neuronową w hipokampie, jądrze migdałowym i korze przedczołowej – tych obszarach mózgu, które zawiadują nastrojem i myśleniem. Chroniczne i przedłużające się technowypalenie może nawet przekształcić głęboką strukturę mózgu (Small, Vorgan, 2011, s. 38–39).

Zdeformowany obraz rzeczywistości (Szmyd, 2015)

Szmyd, filozof z Uniwersytetu Jagiellońskiego, stwierdza, iż medialny obraz rzeczywistości nie stanowi oryginalnego, pogłębionego i wielostronnego źródła informacji o świecie ani też w pełni rzetelnego, możliwie obiektywnego i wiarygodnego jego „odczytywania”. Kryje on w sobie wiele epistemologicznych usterek i słabości, a nawet ewidentnych błędów i nieprawidłowości. Charakterystyczna jest też struktura całościowo ujmowanego medialnego obrazu rzeczywistości. Ze względu na różnorodność źródeł, z których czerpie się poznawcze i obrazowe jego składniki, i z uwagi na dość szczegółowy i na ogół konkurencyjny

sposób ich pozyskiwania czy wręcz „zdobywania”, a w szczególności „układania” ich bez wyrazistych kryteriów logicznych i teoriopoznawczych, jest on w większej lub mniejszej mierze obrazem niezbornym, pozbawionym najczęściej wyrazistej hierarchii wartości, a więc aksjologicznie niespójnym i chaotycznym, chronologicznie zaś i geograficznie jak gdyby „pokawałkowanym”, sztucznie „wyłuskany” z szerszych naturalnych swych kontekstów i korzeni historycznych, a przy tym informacyjnie przeładowanym i skonfundowanym (szum informacyjny), a przez to nie w pełni poznawczo i rozumiejąco „ogarnianym” i sensownie spożytkowywanym, zawierającym komunikaty zarówno użyteczne, jak i bezużyteczne, a więc jest w znacznej mierze obrazem poznawczo i praktycznie ambiwalentnym. Coraz trudniejsze stało się zbudowanie na tej podstawie spójnego obrazu świata – konstatuje autor (Szymd, 2015, s. 357).

W przywoływanym powyżej fragmencie książki, która nosi znamienity tytuł *Regresja antropologiczna*, Szymd poświęca cały rozdział mediom i dokonuje wielu bardzo trafnych analiz i stwierdzeń. Podkreśla, iż to, co najbardziej uderza w przyspieszonej ewolucji struktury i charakteru medialnego obrazu rzeczywistości, sprowadza się do kilku charakterystycznych i jego zdaniem zdecydowanie negatywnych zmian dokonujących się w medialnym „przekazie”:

– Po pierwsze jest to – dokonywane pod rosnącym naciskiem komercjalizacji – coraz większe zagęszczanie go treściami i formami reklamowymi natrętne już mieszanymi z przekazywanymi informacjami, co z natury rzeczy zaciemnia jego wyrazistość i konfunduje go, a tym samym pomniejsza jego walory poznawcze i informacyjne.

– Po drugie, mamy do czynienia z rosnącą niedokładnością i tendencyjnością, z polityzacją i propagandowym przeinaczaniem informacji o określonych wydarzeniach czy działaniach, zwłaszcza informacji dotyczących faktycznych przyczyn i celów oraz skutków wywołanych i prowadzonych wojen, walk z terroryzmem czy militarnych „pacyfikacji” konfliktów wewnętrznych w obrębie danych państw lub określonych regionów geopolitycznych (aktualnie wojna w Syrii).

– Po trzecie, nasilający się, głównie pod presją najbardziej globalnie wpływowych ośrodków politycznych i różnych korporacji finansowych (media, banki, firmy), „przesiew” i stronniczy dobór podawanych informacji i planowe przemilczanie określonych wydarzeń, zjawisk i procesów nieznanających się w orbicie zainteresowań owych globalnych sił politycznych i ekonomicznych, np. poszerzającej się strefy ubóstwa, głodu, śmiertelności czy degradacji środowiska naturalnego. Z drugiej zaś strony coraz szersze i zdecydowanie nadmierne ukazywanie w przekazach medialnych, głównie telewizyjnych i w sieci internetowej, przejawów różnorodnej przemocy, agresji, brutalności, różnych „brudów”, brzydoty i szpetności życia, prymitywizacja przekazu, nagminne naruszanie prywatności i „dóbr osobistych” coraz większej liczby osób objętych zaintere-

sowaniem mediów, obniżanie wiarygodności dziennikarzy, ich prestiżu zawodowego, nierzadkie uchybienie podstawowym zasadom i wymogom etyki dziennikarskiej, wycofywanie się stacji telewizyjnych z realizacji i emitowania poważnych programów (kulturalnych, edukacyjnych).

– Po czwarte, tworzenie na coraz większą skalę i w coraz bogatszych formach, zwłaszcza przez media elektroniczne, **wirtualnej**, sztucznej, nadrealnej „rzeczywistości”. Nader swoistej rzeczywistości, bo jest ona w stanie w swojej obrazowości, dynamice, sile oddziaływania na człowieka oraz w różnorodnych mechanizmach psychologicznych i społecznych podporządkować go sobie coraz bardziej skutecznie. Nie jest już tylko taką czy inną alternatywą realnej rzeczywistości, ale odrębną, jak gdyby drugą rzeczywistością. Jest „światem” tworzonym przez media i podawanym odbiorcy nie tyle do poznawania zwyczajnego, tzn. zmysłowego i wewnętrznego (introspekcyjnego) doświadczania i przeżywania, co do zabawy i oglądania oraz swoistego „odlotu” od realnego świata, a nierzadko też do swego rodzaju „opiumowania” indywidualnego lub zbiorowego życia. Jest więc nie tylko rosnącym na znaczeniu substytutem rzeczywistości, ale pewną o wiele bardziej szkodliwą, co poważną alternatywą dla poznawczo-dyskursywnego i empiryczno-doświadczalnego odnoszenia się do ontycznej rzeczywistości; alternatywą, która staje się ewidentnym zagrożeniem dla właściwego „odczytywania” i rozumienia tejże rzeczywistości przez normalnego człowieka i wpływa na coraz większe jego wyobcowywanie się od realnego świata.

Zdaniem Kapuścińskiego, którego przywołuje Szmyd, media coraz częściej nie pokazują rzeczywistości, ale ją tworzą. Ma to istotne konsekwencje. Dawniej człowiek miał do czynienia z jedną rzeczywistością, tą, która go otaczała, mógł więc ją zobaczyć, dotknąć. Od 20 czy 30 lat ma do czynienia z drugą rzeczywistością, tą wirtualną, której nie może doświadczyć, ale której jest świadkiem. Nasz obraz świata jest w coraz mniejszym stopniu naszym własnym obrazem świata, przeżywanym i doświadczanym. Staje się coraz częściej obrazem podawanym do oglądania (Szmyd, 2015, s. 363–364).

Konwergentna edukacja przeszłości

Wielu myślicieli, naukowców i nauczycieli stawia dziś konieczne pytania i czyni duży wysiłek badawczy dla lepszej edukacji jutra, która moim zdaniem będzie niewątpliwie także immersyjna medialnie, czyli zanurzona w świecie mediów. Jakie więc elementy będą konstytutywne dla takiej edukacji, należy ciągle stawiać takie pytania. Żylińska (2013, s. 278) w swojej neurodydaktyce i w swoich poszukiwaniach edukacji jutra stwierdza, iż istnieją umiejętności i kompetencje, które niezależnie od kierunku rozwoju naszej cywilizacji będą potrzebne. Do takich niewątpliwie należą: zdolność kreatywnego myślenia, rozwiązywania problemów i innowacyjnego myślenia, umiejętność pracy w grupie,

kompetencje komunikacyjne, np. zdolność rozwiązywania konfliktów bez uciekania się do przemocy, umiejętność zdobywania, selekcji i przetwarzania informacji czy traktowania innych ludzi z szacunkiem i wiele innych tzw. miękkich kompetencji koniecznych dla lepszej edukacji jutra dla lepszego człowieczeństwa i społeczeństwa. Autorka przywołuje jeszcze jeden superważny aspekt poznawania konstytutywny dla lepszej edukacji jutra, a jest nim aspekt etyczno-moralny. Przywołuje noblistę z chemii z 2004 r. – Ciechanovera, który stwierdził, iż nauka sama w sobie nie ma wartości. Wartość ma nauka, która opiera się na podstawach moralnych i etycznych. Celem bowiem nie może być jedynie przekazywanie wiedzy. Dziś zbyt często uczniowie wynoszą ze szkoły przekonanie, że dobre jest to, co jest skuteczne. Dlatego w szkole trzeba nie tylko uczyć liczyć, ale również pokazywać, że współpraca przynosi wszystkim lepsze efekty niż rywalizacja. Społeczeństwo, które oddziela wiedzę od kwestii etycznych, ponosi ogromne koszty. Dziś wszyscy tego doświadczamy i powinniśmy z tej lekcji wyciągnąć właściwe wnioski – konstatuje trafnie Żylińska (2013, s. 278).

Młode badaczki z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika – Skibińska, Kwiatkowska i Majewska – budują model dobrego wykorzystania internetu dla dobrego i skutecznego uczenia się. W swoim modelu zwracają uwagę na następujące elementy konstruktywne dla takiego właśnie modelu konwergentnego łączącego elementy standardowego i medialnego uczenia się (Skibińska, Kwiatkowska, Majewska, 2014, s. 106–118):

- **atmosferę**, gdzie tworzenie przez nauczyciela dobrej atmosfery w klasie sprzyjało pozytywnej atmosferze wśród uczniów, którzy mieli chęć współpracować ze sobą; wzajemne poznanie, zrozumienie i humor,

- kluczowe okazało się także umożliwienie działania studentom w **mniejszych grupach**, co przyczyniało się do wygenerowania większej ilości pomysłów i możliwości dzielenia się nimi, wzajemnej pomocy, kontaktów z pozostałymi członkami grupy oraz wspólnej odpowiedzialności, która odgrywa rolę motywującą,

- **współdziałanie**, gdzie zwrócono uwagę na takie stymulujące kwestie, jak prezentowanie prac na wspólnym forum, debata nad zagadnieniem, dobrze wytłumaczone zadania do wykonania, praca w grupach, tworzenie map myśli; uczący się więc wspólnie, wzajemnie obserwują się i naśladują oraz motywują, co jest dobrą stymulacją do lepszego uczenia się;

- **refleksyjność**; bardzo ważny proces, albowiem obecnie w czasach lawinowego przyrostu wiedzy i jej szybkiej dezaktualizacji nie można się ograniczać tylko do wyuczenia wiadomości i wyćwiczenia rutynowych umiejętności; istotne staje się uczenie refleksyjne, co powinno być zaszczerpione w młodych ludziach; studenci zastanawiali się nad tym, jak inni wykonywali zadania, i rozważali alternatywne sposoby postępowania; dokonywali własnych doświadczeń

i na tej podstawie się uczyli; przyznali, że starali się samodzielnie myśleć, porównywać własne zdanie z innymi oraz tworzyć własne perspektywy poznania; rekomendowali wzajemnie znane im źródła wiedzy, dzielili się opiniami i pomysłami, ukazując różne punkty widzenia tej samej kwestii; warto więc promować niezależność myślenia uczących się; cenna jest wspólna praca, dążenie do celu, wzajemna krytyka, która prowadzi do rozbudzania aktywności intelektualnej,

- doświadczanie problemów w realnych sytuacjach,
- student jako autor projektu edukacyjnego.

Kompetencje komunikacyjne jako kluczowe dla konwergentnej edukacji

Small i Vorgan (2011, s. 44), analizując cyfrowych tubylców i cyfrowych imigrantów, stwierdzają, że wszyscy ludzie opanowują nowe technologie i wykorzystują ich skuteczność, ale nie wolno nam zapominać przy tym o zachowaniu umiejętności międzyludzkich i humanistycznych. Tylko wówczas wszyscy zdołamy przetrwać technologiczną adaptację współczesnej umysłowości.

Dlatego wielu ekspertów zwraca dziś uwagę na konieczność wzmocnienia kompetencji komunikacyjnych w komunikacji interpersonalnej bezpośredniej wobec bardzo szybkiego rozwoju komunikacji zapośredniczonej medialnie. Te kompetencje mogą być szansą na zrównoważenie komunikacji i zrównoważenie edukacji, a także mogą być pomocą w poznawaniu bezpośrednim otaczającej nas rzeczywistości, także przy ekspansji poznawania zapośredniczonego medialnie.

Kompetencje komunikacyjne określają, czy dana osoba komunikuje się skutecznie i stosownie do kontekstu (Morreale, Spitzberg, Barge, 2007, s. 65). Najistotniejsze w procesie komunikacji okazuje się więc to, czy inni nas rozumieją, czy nasze zachowanie jest stosowne i czy udaje nam się osiągnąć zamierzone cele. Do tych zaś celów należy zaliczyć: klarowność, stosowność i skuteczność a także kontekst sytuacyjny i etyczny, które to postaramy się zbadać (Morreale i in., 2007, s. 65):

– **Klarowność** jest zazwyczaj środkiem do jakiegoś innego, ważniejszego celu. Ludzie na ogół nie poszukują zrozumienia dla samego zrozumienia, ale dla komunikowania jakichś ważnych informacji i osiągnięcia wyższych celów.

– **Stosowność** to komunikacja, która jest adekwatna do danego kontekstu. Oznacza to, że w interakcjach unika się łamania ustalonych zasad zachowania, które rozwinęły się we wszystkich kulturach, społeczeństwach, grupach i trwałych związkach. Reguły są przepisami określającymi to, co powinno lub czego nie powinno się robić w danej sytuacji. Reguły są związane z normami, czyli obowiązującymi wzorami zachowania. Stosowna komunikacja ma zwykle tendencję do bycia w pewnym stopniu niewidzialną dla uczestniczących w niej osób. Wtedy, gdy komunikacja jest niestosowna, wywołuje sankcje wskazujące, że jakaś zasada została złamana.

– **Skuteczność** opisuje stopień, w jakim komunikacja doprowadza do osiągnięcia oczekiwanego celu. Wszyscy dążymy do zrealizowania naszych

celów i intencji w interakcjach z innymi. W ten sposób komunikacja jest funkcjonalna – służy wykonaniu pewnego zadania. Kultura, społeczeństwo, polityka, religia, biznes, związki są osiąganymi przez interakcję, przez zachowania komunikacyjne. Oczywiście jest, że bycie kompetentnym wymaga od osoby zdolności do wypełniania podstawowych zadań komunikacyjnych w życiu codziennym. W tym znaczeniu kompetencja dotyczy stopnia, w jakim ludzie są skuteczni w osiąganiu celów za pomocą komunikacji. Skuteczna więc komunikacja jest ściśle związana z pojęciem celów, które są dążeniami, zamiarami, poszukiwanymi w komunikacji. Cele i funkcje są ze sobą związane, ale nie są tożsame. Cele są preferowanymi wynikami, które komunikacja może bądź nie skutecznie osiągnąć. Zazwyczaj sądzimy, że jesteśmy skuteczni komunikacyjnie, gdy uzyskujemy: 1) coś, co cenimy; 2) coś, co założyliśmy, że jest naszym celem; oraz 3) coś, czemu poświęciliśmy jakiś wysiłek, by to uzyskać.

– **Etyczność.** National Communication Association (NCA) stworzyło np. swoiste credo komunikacji, które brzmi: „popieramy prawdomówność, wierność, uczciwość i rozsądek jako niezbędne podstawy etycznej komunikacji”. Troszczyli o etyczność w komunikacji służą np. kodeksy etyczne, które są zbiorami zasad kierujących zachowaniem, które jest uważane za dobre w swej naturze. Większość kodeksów etycznych podkreśla naturę samego zachowania, cele, którym to zachowanie służy, lub szczegółowe zalecenia dotyczące kontekstu, w którym dane zachowanie zachodzi (Morreale i in., 2007, s. 65–73).

Podsumowanie

Całość struktury powyższego przedłożenia pragnę zaproponować jako pewien model, w którym konkretne analizy współczesnej sytuacji człowieka i społeczeństwa zmediatyzowanego, mocno ambiwalentnego, gdzie media są nową jakością w procesie poznawania i zarazem nową trudnością, motywują do koniecznej dziś konwergentnej edukacji mocno wspieranej przez komunikację interpersonalną. Z moich osobistych spotkań i dyskusji z nauczycielami na studiach podyplomowych wynika, że wielu z nich poszukuje i tworzy pomysły na konwergentną edukację, w której w mądry sposób łączy dobre aspekty tradycyjnego modelu poznawania z wykorzystaniem multimediów, co może dać efekt podnoszenia jakości poznawania siebie, innych i świata, a ostatecznie będzie sprzyjać integracji, a nie fragmentaryzacji człowieka i społeczeństw w mikro- i makroskali.

Literatura

- Carr, N. (2013). *Płytki umysł*. Gliwice: Helion.
Dijk van, J. (2010). *Społeczne aspekty nowych mediów*. Warszawa: PWN.
Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., Kelly, K. (2009). *Nowe media*. Kraków: Wyd. UJ.
Manovich, L. (2006). *Język nowych mediów*. Warszawa: WAIIP.

- Morreale, S.P., Spitzberg, B.H., Barge, J.K. (2007). *Komunikacja między ludźmi*. Warszawa: PWN.
- Skibińska, M., Kwiatkowska, W., Majewska, K. (2014). *Aktywność uczących się w przestrzeni Internetu*. Toruń: Wyd. UMK.
- Small, G., Vorgan, G. (2011). *iMózg, Jak przetrwać technologiczną przemianę współczesnej umysłowości*. Poznań: Vesper.
- Szmyd, J. (2015). *Zagrożone człowieczeństwo. Regresja antropologiczna w świecie ponowoczesnym. Próba pytań i odpowiedzi*. Katowice: Śląsk.
- Żylinska, M. (2013). *Neurodydaktyka, czyli nauczanie i uczenie się przyjazne mózgowi*. Gdynia: Wyspa – Marian Chwastniewski Wydawnictwo i Ośrodek Innowacji Edukacyjnych.