

RECEPCJA NOWYCH MEDIÓW PRZEZ DZIECI W WIEKU SZKOLNYM: TWÓRCA I UŻYTKOWNIK PRZEKAZU MEDIALNEGO

Jak bumerang powraca hasło tzw. edukacji medialnej w szkołach. W dobie starych mediów, gdy władzę nad ludzkimi umysłami przejmowała epoka telewizji, sytuacja wydawała się pozornie łatwa. Słynna debata polityczna Nixon–Kennedy, która jest stałym punktem odniesienia w badaniach nad radiem i telewizją, nasunęła pewne wnioski mówiące o tym, które z mediów jest wiodące i które oddziałuje silniej na odbiorcę.

W tekście pragniemy pokazać sposoby korzystania przez dzieci w wieku szkolnym z nowych mediów (z uwzględnieniem ich aktywności w sieci). Punktem wyjścia do rozważań jest postawiona przez nas teza mówiąca o tym, że młodzież, uczęszczająca do szkół podstawowych, chętniej korzysta z nowych mediów. Tezę tę postanowiliśmy zbadać na podstawie ankiety, a także przyglądając się sposobom uczestnictwa w świecie nowomediwnym. Przy okazji badania świadomości nowych mediów zwracamy uwagę na kwestie tzw. starych środków masowego przekazu, pytając jednocześnie o rolę dziennikarstwa i zawód dziennikarza.

Nowe media już dawno zadomowiły się w przestrzeni polskiej nauki. Za punkt wyjścia postanowiliśmy przyjąć monografię pod redakcją Małgorzaty Karwatowskiej oraz Beaty Jarosz (*Nowe media: implikacje kulturowe, językowe i edukacyjne*). Pierwsza z redaktorek we wstępie, za Beatą Maj, wspomina o tym, że to w sieci tkwi obecnie największy potencjał wychowawczy [Karwatowska, Jarosz, 2015, s. 11]. W sieci występuje tzw. konwergencja, czyli nakładanie się na siebie i łączenie odmiennych typów przekazów [Stasiuk-Krajewska, 2015, s. 16]. Nowe pokolenie, które swobodnie porusza się w sieci, posługuje się aplikacjami, surfuje po sieci oraz komunikuje się interaktywnie i w sposób wirtualny. Język takiego odbiorcy cechuje hipertekst (czyli nielinearność komunikatu), wirtualność (dostęp do galerii i bibliotek w wirtualnej przestrzeni, gdzie zaciera się przestrzeń i czas) i narracja (czyli kompetencja porządkująca doświadczenia) [Włodarczyk, 2015, s. 73–75]. Nadaża za tym także edukacja szkolna. Przykładem mogą być interaktywne wystawy muzealne, o których pisze Małgorzata Czapiga w artykule „*Wystawa na ekranie*” jako nowomediwna promocja sztuki [Czapiga, 2015, s. 209–219]. Młodzież chętnie korzysta z nowomediwnych źródeł, ale nie zawsze są one wiarygodne. O tych kwestiach

wspominał Andrew Keen w swoim *Kulcie amatora. Jak internet niszczy kulturę*. Pisał między innymi o tym, że za wiedzą w Wikipedii stoją nawet nieprofesjonaliści. Krytyką objął także treści na YouTube oraz blogosfery, a także teksty dziennikarstwa obywatelskiego [Keen, 2007]. Nie zmienia to jednak faktu, że sieć ciągle tworzą aktywni użytkownicy. M. Karwatowska we wspomnianym już wstępie podkreśla za Tomaszem Gobanem-Klasem, że odbiorca staje się twórcą [Karwatowska, 2015, s. 11].

Wspomnieliśmy już, że oprócz skupienia się na treściach nowomiedialnych, w przeprowadzonej ankiecie próbowaliśmy przyjąć punkt widzenia dzieci na kwestie związane z wiedzą medialną, rolą dziennikarstwa oraz pracą dziennikarza. O tym, że dzieci potrafią odbierać otaczającą je rzeczywistość oraz odbijać ją we własnym języku pisała Barbara Boniecka w tekście *Jak dzieci poznają, przetwarzają i kreują rzeczywistość* [Boniecka, 2010, s. 21]. Choć przykłady badaczki dotyczą relacji międzyludzkich (na przykład ceremonii ślubu, wiedzy dzieci na temat rozwodu), można je przenieść na inne dziedziny życia, chociażby na odbicie w myśleniu dzieci wiedzy o różnych zawodach i profesjach, w tym tych związanych z mediami.

Z kolei rzeczywistość, która nas otacza, zmusza współczesną naukę do zbadania, jak media wpływają na życie człowieka. Od wniosków, które wypłyną z badań zależy być może nawet dalszy rozwój cywilizacji. Badanie wpływu mediów wywołuje jednak trudności natury metodologicznej, zaś jeszcze trudniejsze jest udowodnienie, że ten wpływ na odbiorców jest bezpośredni [Boniecka, Granat, 2015, s. 7].

Przed przystąpieniem do właściwej treści niniejszego tekstu, warto jeszcze wspomnieć o kilku pojęciach związanych z mediami. W naszym badaniu sprawdzamy także świadomość dzieci w zakresie prawdy (lub jej braku) w Internecie. Jan Pleszczyński w tekście *Prawda i wiarygodność przekazu i komunikacji medialnej* wskazał na trzy funkcje mediów: ich powszechną dostępność używaną w celu poznawczym, bycie źródłem wiedzy oraz jej środowiskiem [Pleszczyński, 2010, s. 314]. Badacz wspomina o tym, że media traktowane całościowo dają informację niespójną, sprzeczną, niepewną [Pleszczyński, 2010, s. 315]. Wiele informacji, które są nam przekazywane, pochodzi z mediów. Nie da się jednak od nich uciec, bo nawet jeśli ktoś ograniczy swój kontakt na przykład z prasą, pozostanie w dalszym ciągu w zasięgu informacji medialnych [Pleszczyński, 2010, s. 317]. W dalszej części wywodu autor wskazuje na to, że wraz z pojawieniem się nowych mediów (a w nich na przykład zjawiska dziennikarstwa obywatelskiego w Internecie) problem wiarygodności przekazów nabrał nowego znaczenia [Pleszczyński, 2010, s. 327]. Tu J. Pleszczyński wskazuje na edukację medialną. Powinna ona jednak pokazywać ograniczenia wiedzy medialnej [Pleszczyński, 2010, s. 328].

W dobie tzw. nowych mediów, gdy rozmywa się granica między nadawcą a odbiorcą i widz jest jednocześnie nadawcą treści, medioznawcy stają przed nowym zadaniem: uporządkowania mediów sieciowych i sprawdzenia ich wpływu. Każ-

dy dzień przynosi jednak nowe rozwiązania technologiczne. Jak pokazuje analiza Internetu, w ciągu jednego roku nowe medium może zdominować komunikację (przykładem może być tu Snapchat). Medioznawcy mają jeszcze jeden problem: wiek. Nowe media najlepiej czują obecnie młodsi, do polskiej nauki weszli właśnie medioznawcy, którzy wychowali się jeszcze w erze starych mediów i stopniowego wchodzenia nowych. Za kilkanaście lat prasa, telewizja i radio, jeśli nie odejdą do lamusa, przekształcą się w taki sposób, że ich wygląd będzie znacznie odbiegał od tego, co znamy obecnie. Debata na temat tzw. edukacji medialnej staje się coraz bardziej potrzebna, aby pokazać uczniom to, jak wpływają na nich media, głównie jeśli chodzi o kwestie związane z manipulacją, perswazją oraz propagandą. Ale nie tylko. Istotne wydaje się także uświadamianie dotyczące tzw. rzeczywistości obecnej w mediach i tej realnej oraz komunikacji zapośredniczonej za pomocą mediów.

Występuje zatem potrzeba edukowania w zakresie wiedzy medialnej. Warto pomyśleć o odrębnym przedmiocie w szkole (czy też o module podczas na przykład lekcji wychowawczych), który poświęcony byłby praktycznemu wykorzystaniu i odbiorowi mediów przez młodzież szkoły podstawowej. Z perspektywy dziennikarzy, czyli osób, które same tworzą przekaz medialny, dostosowują go do odbiorców, używają środków, które mają zachęcić czytelnika do sięgnięcia po ten konkretny materiał. Ale też z perspektywy medioznawczej.

W pracy przyglądamy się współtworzeniu mediów przez odbiorców, ale także użytkowaniu radia, telewizji, Internetu (a w nim poszczególnym aktywnościom). Zwracamy też uwagę na postrzeganie pracy dziennikarza i poszczególnych mediów przez dzieci w wieku szkolnym. Wnioski, które przedstawiliśmy w tekście, wynikają z ankiety, którą zrealizowaliśmy w szkole podstawowej. Celem badania było sprawdzenie odbioru nowych mediów przez dzieci.

W badaniu wzięły udział łącznie czterdzieści trzy osoby: dwadzieścia jeden osób – jedenaście dziewcząt i dziesięciu chłopców z klasy IV oraz jedenaście dziewczynek i jedenastu chłopców z klasy VI (jedna osoba oddała pustą ankietę). Skupiliśmy się na wypowiedziach dzieci z klasy I po tzw. nauczaniu zintegrowanym (I–III) i uczniów ostatniej klasy szkoły podstawowej. Badanie było przeprowadzone w maju w szkole publicznej. Zadaniem badawczym było pokazanie recepcji mediów i zagadnień dziennikarskich na terenie Lublina. Grupę ankietowanych stanowiło ponad czterdzieści osób, zastosowano metodę celową (II klasy szkoły podstawowej z młodzieżą mieszaną: osoby mające w klasie lepsze i gorsze oceny). Dzieci mieszkające w Lublinie mogą być grupą reprezentatywną z tego powodu, że w mieście działa telewizja regionalna (oddział TVP), stacje radiowe oraz wiele tytułów prasowych. Budynek szkoły znajduje się niedaleko Radia eR, co także może sprzyjać rozmowom dzieci z rodzicami podczas przyprowadzania ich na lekcje i przechodzenia obok rozgłośni.

W badaniu za media uznaliśmy przekązniki: radio, tv, prasę – stare media oraz nowe media, takie jak: smartfon, Internet. Do odczytania badań została zastosowana perspektywa dziennikarska, obejmująca praktyczny punkt widzenia (tu sposoby użytkowania Internetu, formy odbioru przekazów prasowych, tv i radiowych), ale i widzenie teoretyczne (skupione na oddziaływaniu mediów, z naciskiem na te nowe oraz częstotliwość starych, a także sprawdzenie, czy opinie o wygasaniu pewnych mediów, na przykład radia, mają odzwierciedlenie w praktyce i wśród dzieci oraz młodzieży w tej konkretnej społeczności).

Ankieta składała się z trzydziestu jeden pytań otwartych i zamkniętych, a jej celem było badanie między innymi definiowania mediów przez dzieci w wieku szkolnym, znajomość poszczególnych mediów (zarówno starych, jak i nowych), częstotliwość użytkowania poszczególnych z nich. Badaliśmy także wiedzę dzieci na temat bezpieczeństwa oraz wiarygodności danych w Internecie, stan komunikacji uczniów w sieci oraz ich preferencje w wyborze aplikacji oraz portali.

Zbadane zostało także korzystanie z mediów pod kontrolą opiekunów dzieci (między innymi to, czy na wybór programów w telewizji i radiu oraz na wybór stron WWW mają wpływ rodzice). Sprawdzona była również znajomość informacji lokalnych (i sposób korzystania z nich) oraz znajomość podstawowych gatunków z podziałem na informację i rozrywkę. Pojawiło się ponadto pytanie o reklamę, ale nieuwzględniające jej roli perswazyjnej (to przedmiot odrębnych badań), a jedynie samo wyróżnianie jej w mediach.

Na potrzeby ankiety (dostosowując ją do młodego odbiorcy ze szkoły podstawowej) uprościliśmy nazewnictwo.

Słowo „gazety” stanowi skrót myślowy dla dziecka, które nie rozróżnia periodyzacji prasy. „Gazeta” reprezentuje więc media drukowane oraz prasę.

W pytaniu o telewizyjne „bajki” chodzi nie o ujęcie gatunkowe, a skrót myślowy dostosowany do rozumienia przez dzieci filmu, głównie animowanego, przeznaczonego dla młodszych odbiorców.

Ostatnia rzecz dotyczy „pogody” jako audycji radiowej oraz telewizyjnej. Na potrzeby ankiety odłączyliśmy ją od przekazów informacyjnych.

Odbiór mediów – odbieranie sobie czasu?

Jednym z problemów współczesnego świata medialnego oraz postępującej cyfryzacji edukacji jest ilość spędzania wolnego czasu przed środkami masowego przekazu. O ile spędzanie wolnego czasu w świecie wirtualnym łatwo mogą kontrolować rodzice dziecka, o tyle elementy percepcji mediów w kontekście edukacji ograniczyć trudniej. Podczas gdy większość naszych aktów komunikacyjnych za-

pośredniczona jest za pomocą środków masowego przekazu, zaskakująca jest ilość czasu spędzanego przez dzieci w sieci. Z badań, które przeprowadzono na potrzeby tego artykułu, wynika, iż starsze dzieci spędzają więcej czasu przy mediach niż ich młodszy koledzy. Średnia liczba godzin, które uczeń VI klasy spędza w medialnej rzeczywistości (reprezentowanej w badaniu zarówno przez stare media, takie jak radio i telewizja, jak i nowe, na przykładzie Internetu), to średnio 3–5 godzin. Warto zauważyć, że liczba godzin, dla czwartoklasistów, to 1–2 godziny, którą w ciągu dnia dziecko spędza przy wymienionych mediach. Proporcje powinny więc być odwrócone: im starsze dziecko, tym więcej zadań domowych otrzymuje w szkole i w skutek tego ma mniej czasu na rozrywkę. Wspomnieć warto o tym, że w obu grupach żadne z dzieci nie wskazało na niekorzystanie z mediów w ciągu dnia. Modelowo wybrano tu jednak jeden dzień, jedno z dzieci w klasie IV dopowiedziało jednak, że korzysta z mediów jedynie w weekendy.

Wynikać to może ze zmęczenia użytkowaniem mediów. Aż 70 proc. uczniów VI klasy wskazało na ten stan podczas długiego korzystania z mediów (także ujętych wspólnie, włączając w tę grupę zarówno te stare, jak i nowe). Co ciekawe, ponad połowa uczniów IV klasy nie odczuwa zmęczenia. Wniosek więc z tej obserwacji jest następujący: im dzieci starsze, tym więcej czasu spędzają w przestrzeni medialnej: zarówno jako obserwatorzy i bierni użytkownicy, ale i jako twórcy oraz wytwórcy treści. Logiczną konsekwencją nadmiaru treści i godzin na zegarze wydaje się zmęczenie odbiorem przekazów.

Badanie nie rozwijało tego wpływu i zależności czasu od komfortu psychicznego uczniów, jest jednak cennym punktem wyjścia dla kolejnych analiz, między innymi aktywności w sieci albo odbioru poszczególnych starych mediów (a także kontroli użytkowania mediów przez opiekunów i starsze dzieci), które to kwestie omówimy w dalszej części analizy.

Zanim jednak opowiemy o użytkowaniu wiedzy, pragniemy wspomnieć o świadomości dziennikarstwa i mediów. Uczniowie obu klas dominujący nacisk położyli na tzw. stare media. Bez problemu wskazały prasę, radio oraz telewizję. Mniej niż połowa czwartoklasistów nie kojarzyła jednak Internetu z miejscem pracy dziennikarza. W klasie VI ta liczba uczniów była odrobinę większa. W obu grupach zdarzały się pojedyncze osoby, które w ogóle nie wiedziały, gdzie pracują pracownicy mediów (klasa IV – dwie osoby, klasa VI – jeden uczeń).

W rozumieniu dzieci, na podstawie pytania otwartego, w którym każdy uzupełniający ankietę miał swobodę wyrażenia swojej myśli, dziennikarz zajmuje się więc przekazywaniem informacji, zbieraniem ich i udostępnianiem. Wskazały na to zarówno dzieci z klasy IV, jak i VI. W tej ostatniej grupie można też zauważyć realizację poszczególnych form medialnych, na przykład reportażu, filmu. Warto również zwrócić uwagę na odpowiedź, w której uczeń wyraził swoje przekonanie

na temat pisania o restauracji (można więc sądzić, że rozmywa się wiedza dziennikarska z formatami telewizyjnymi, takimi jak na przykład w programie „Kuchenne rewolucje”, w którym Magdzie Gessler przypisuje się rolę dziennikarki; można jednak sądzić, że w świadomości tego konkretnego ucznia istnieje obecność tzw. krytyki kulinarnej widocznej na łamach prasy). O ile w obu klasach te odpowiedzi były bardziej przemyślane i bliskie prawdzie, o tyle w młodszej zdarzyły się jednak dwie, które polegały na stereotypowym ujęciu zawodu dziennikarza. W ankiecie możemy przeczytać, że przedstawiciel tej profesji „zajmuje się rujnowaniem życia innym ludziom (zwłaszcza celebrytom)”.

Informacyjność zawodu mogą potwierdzić odpowiedzi na pytanie o ulubionego dziennikarza. Dzieci wskazywały tu głównie na twarze znane z programów informacyjnych (na przykład Beatę Tadłę) – głównie prowadzących wydania informacji, mniej reporterów miejskich czy korespondentów. Pojawia się także Monika Olejnik, dziennikarka-publicystka. Można więc sądzić, że dzieci wspólnie z rodzicami oglądają materiały informacyjne i na tej podstawie czerpią wiedzę o profesji dziennikarskiej.

Obie grupy też wskazały na to (w zdecydowanej większości), że nie tylko dziennikarze przekazują informacje. Na pytanie o to, czy w sieci może więc tworzyć każdy, większość uczniów z klasy IV nie potrafiło udzielić odpowiedzi. Starsze dzieci jednak wiedziały, że sieć ma też rolę twórczą. Można więc sądzić, że aktywności w sieci nie przypisują dziennikarzom, ale wszystkim chętnym i zainteresowanym współtworzeniem mediów. Wnioski te mogą okazać się przydatne w poszukiwaniu działań cechujących społeczeństwo obywatelskie głównie w sieci.

Dzieci nie miały problemu, by zdefiniować zawód dziennikarza. Przy podaniu definicji mediów pojawiał się problem (szczególnie w klasie młodszej). Szóstoklasiści w podobnej liczbie odpowiedzieli na oba te pytania. W ich ujęciu media to między innymi przekazy przez dane medium (na przykład telewizję), źródło wiedzy o świecie, dostępność informacji dla każdego, ale i odpowiedź mówiąca o tym, że to „źródło prawdziwych i fałszywych informacji”. Obie grupy wiekowe były zgodne w tym, że media to poszczególne przekazniki. Ujednolicona definicja może świadczyć o intuicyjnym rozumieniu mediów.

Nowe media – walka z minioną epoką?

Dla medioznawców epoki nowomediów fascynująca jest aktywność młodzieży w sieci.

Obie grupy dzieci w zdecydowanej większości (ponad 90 proc.) znają portal YouTube. Podobnie wygląda to w przypadku Snapchata, Facebooka i Instagramu –

najbardziej obecnie popularnych serwisów społecznościowych. Świadomość tych stron nie wpływa jednak na ich użytkowanie. Proporcje sięgają w obu grupach około połowy. Interesującą kwestią jest funkcjonowanie portalu Nasza Klasa – strony, która po latach świetności odeszła do lamusa, a jest znana dzieciom (choć z niej nie korzystają).

Pozostałe portale, oprócz gier, stanowią źródło wiodącej aktywności czwartoklasistów i szóstkłasiów w sieci. Mniej niż połowa w obu klasach czyta i pisze komentarze oraz czyta artykuły. Jeśli uznać Facebooka za portal, w którym coś robimy, to można przyjąć, że dzieci w sieci są aktywne. Warte zbadania byłoby również to, czy uczniowie tylko biernie przeglądają profile znajomych, czy też piszą komentarze, wstawiają zdjęcia.

O wiele wyraźniejszym przykładem są nieliczne odpowiedzi mówiące o blogowaniu (w IV klasie jedna osoba, w VI – trzy). Dzieci klas podstawowych włączają się więc w tworzenie mediów w sposób, w jaki pozwala im technologia. O ile wiedzą, że informowaniem nie zajmuje się jedynie dziennikarz (zaś w Internecie pisać artykuły może każdy), o tyle ich aktywność może mieć znamiona współtworzenia społeczeństwa obywatelskiego w sieci.

Co zaskakujące, w obu grupach nikt nie przyznał się do tego, że nie korzysta z Internetu w ogóle.

Uzupełnia to wiedza o praktykach korzystania z sieci. W IV klasie wszystkie dzieci mają dotykowy telefon, w klasie VI tylko jeden uczeń nie ma. W pierwszej grupie z Internetu w smartfonie nie korzystają tylko trzy osoby (w VI klasie – cztery). Wyraźnie więc widać, że obecność mediów: gier, portali społecznościowych, treści czytanych artykułów – jest ciągle pod ręką za sprawą smartfona. Dzieci, które określiły czas użytkowania mediów, twierdząc, że wynosi on od trzech do pięciu godzin (lub mniej), mogą nie zdawać sobie sprawy z tego, że tak naprawdę media są z nimi prawie przez cały dzień. To też może być przyczyną zmęczenia natłokiem mediów.

Na tle tej wszechobecności nowych mediów warto zwrócić także uwagę na obecność prawdy w sieci. Zarówno dzieci w IV, jak i w VI klasie, wskazują że nie wszystkie informacje są prawdą. W IV klasie jedynie trzy osoby myślą, że w sieci znajdziemy wyłącznie autentyczne informacje, w VI tak myśli jedna osoba. Do niewiedzy w tej dziedzinie przyznaje się po jednej osobie w obu grupach. Bardziej od faktycznej wiedzy o prawdzie (lub jej braku) w sieci istotniejsze wydaje się tu samo uświadomienie sobie, że nad tą kwestią dzieci musiały już wcześniej myśleć (lub ktoś z nimi o tym mówił). Być może to właśnie załączki tzw. edukacji medialnej, której fragmenty dzieci musiały już wcześniej poznać.

Nowe media, choć zdominowały komunikację, nie przejęły nad nią całkowitej kontroli. Spośród starych mediów warto przyjrzeć się dwóm: radiu oraz telewizji. To pierwsze, wydaje się, traci na znaczeniu. Drugie od lat święci triumfy, ale za

sprawą wielu formatów wizualnych obecnych w sieci wciąż walczy o utrzymanie swej silnej pozycji. W przypadku przekazów obrazowych wydaje się, że trudniej odejść od filmów i barwnych obrazów, telewizja bowiem nie wymaga tak dużego skupienia, jak chociażby radio, którego audycji nie widzimy, a jedynie słyszymy.

W odbiorze dzieci szkolnych oba typy mediów nie wypadają źle. Jeśli chodzi o telewizję, to zdecydowanie wygrywają filmy oraz programy rozrywkowe. Sytuacja wygląda tak samo zarówno w klasie IV, jak i w VI. Swoje miejsce mają też programy dla dzieci (zwane bajkami) oraz prognoza pogody (którą na potrzeby badania wyłączyliśmy z przekazów informacyjnych). Prawie połowa dzieci w obu grupach wybiera także programy informacyjne.

W radiu dominują te same programy. O ile w przypadku telewizji zarówno w IV, jak i VI klasie połowa dzieci oglądała informacje, o tyle w radiu w klasie VI wybiera je ponad połowa (w VI zaś co trzeci uczeń). Sytuacja wygląda tak samo w przypadku prognozy pogody (w IV klasie – ponad połowa, w VI – co trzecia osoba). Ciekawa wydaje się także sytuacja autorskich programów prowadzonych przez dziennikarzy. Tu także większym zainteresowaniem wykazują się czwartoklasiści. Prawie połowa włącza się w słuchanie tych audycji, podczas gdy w VI klasie do ich słuchania przyznaje się co czwarty uczeń. W obu grupach prawie wszyscy słuchają piosenek. O ile więc główną audycją telewizyjną są filmy i programy rozrywkowe, o tyle w radiu wygrywa muzyka.

Zaskakujący wydaje się fakt pełniejszego korzystania ze starych mediów przez młodsze grupy niż przez starsze dzieci. Choć młodsze dzieci, jak wykazała ankieta, mniej czasu spędzają z mediami, ich kontakt jest żywszy i bogatszy.

Interesujące z punktu widzenia badania odbioru mediów wydało się także korzystanie ze starych przekazańników podczas czynności szkolnych. Starsze dzieci częściej przyznawały się do tego, że przy wykonywaniu zadań domowych korzystają z mediów, które nie są im pomocne przy tych pracach (to zapewne często media towarzyszące), u obu tych grup różnica jest jednak niewielka. Zarówno w IV, jak i VI klasie dominuje Internet jako medium wykorzystywane przy pracach domowych (u starszych dzieci dorównuje mu prawie telewizja oraz radio). Sytuacja jest identyczna jeśli chodzi o Internet – odgrywa kluczową rolę przy wyszukiwaniu odpowiedzi do zadanych prac. Ponad połowa sięga do Internetu. We wszystkich badanych grupach przeważa Wikipedia oraz strony z już gotowymi opracowaniami, jak na przykład www.zadane.pl. Starsze dzieci dobrze sobie też radzą z wyszukiwaniem w Google (ponad połowa badanych), podczas gdy w IV klasie tylko prawie co czwarty badany tam szuka odpowiedzi. W tej grupie też korzystanie ze słowników i naukowych zasobów sieci jest mniejsze niż w klasie szóstej. Wśród tradycyjnych pomocy naukowych zdecydowanie wygrywają książki i słowniki papierowe (w obu grupach około 75 proc. dzieci z nich korzysta).

Wśród badanych Internet przestał spełniać funkcję głównie edukacyjną, stał się zaś miejscem dostarczającym głównie rozrywki. Dzieci, korzystając z Wikipedii i internetowych pomocy naukowych, a także ze stron zawierających już rozwiązane zadania, prawie zawsze korzystają z wiedzy starszych od siebie, nawet jeśli niespecjalistów, to uczniów ze starszych klas.

Choć uczniowie przyznają się do zaglądania do tradycyjnych pomocy naukowych (książki, leksykony, słowniki), takie portale jak Wikipedia nie gwarantują im wyczerpującej wiedzy profesjonalnej. Píše o tym Andrew Keen w książce *Kult amatora*. Wspomina między innymi o tzw. amatorze, który stoi za produkcją treści w sieci (na przykładzie choćby Wikipedii, dziennikarstwa obywatelskiego, innych treści). Łatwo można znaleźć tu analogię do odpowiedzi czerpanych z przypadkowo wybranych (i wypożyczonych przez algorytmy Google) stron z odpowiedziami albo zadaniami pisanyymi przez innych uczniów (nigdy nie ma pewności, czy dane zadanie, na przykład z matematyki, jest wykonane poprawnie).

W odpowiedzi na pytanie o to, czy informacje w Internecie są prawdziwe, dzieci odpowiadały, że tylko niektóre (o czym zostało wspomniane wcześniej). Ciekawą kwestią jest to, czy dotyczy to jedynie przekazów dziennikarskich (takich jak na przykład artykuły), czy też świadomość ta sięga też tu, gdzie chodzi o wiarygodność wiedzy szkolnej wyszukiwanej w sieci.

Ostatnią kwestią, o której chcielibyśmy jedynie wspomnieć, jest zainteresowanie tematyką lokalną w mediach, korzystanie z mediów pod opieką dorosłych oraz odbiór reklam. Konkluzje dotyczące pierwszych dwóch zagadnień wydają się niezwykle interesujące.

Obie grupy, w znacznej większości wykazały swoje zainteresowanie tematyką lokalną (w klasie VI, jak można się było spodziewać, jest ono wyższe), odbiór treści odbywa się jednak za pomocą Internetu. W mieście, w którym działa regionalny oddział Telewizji Polskiej oraz wiele rozgłośni radiowych, to sieć zdominowała ten przekaz. Zaskoczeniem może być także odpowiedź na pytanie o odbiór treści za pomocą medium najmniej lubianego. Nie wygrywa tu odpowiedź sympatyków teorii o odchodzeniu do lamusa radia, ale schyłek prasy. To właśnie prasa przegrywa w odbiorze treści lokalnych przez dzieci, choć radio ma tu bezpieczne położenie. Nie znajduje się ono ani na liście najchętniej wybieranych mediów w kontekście tematyki lokalnej, ani wśród najmniej lubianych (wśród uczniów klasy VI nikt go nie zaznaczył w pytaniu o medium najchętniej wybierane, w IV klasie była to jedna osoba).

Warto też krótko powiedzieć o pytaniu o reklamę. Jak można było domyślać się, uczniowie w obu grupach niechętnie oglądają przekazy promocyjne (ponad połowa badanych w klasach IV i VI). Zaskakujące jest jednak to, że tylko kilka osób odpowiedziało, że nie lubi reklam i je przełącza, gdy są emitowane.

Ostatnim zagadnieniem, o którym warto wspomnieć, jest korzystanie z mediów – zarówno starych, jak i nowych – pod opieką osób od siebie starszych. W VI klasie zdecydowana większość dzieci korzysta z Internetu pod kontrolą opiekunów (w klasie IV jest to prawie połowa). Proporcje te jednak odwracają się, gdy chodzi o to, czy osoby starsze mają wpływ na to, ile czasu dzieci mogą użytkować komputer. Spośród wszystkich mediów to komputer jest najbardziej kontrolowany, jeśli chodzi o liczbę godzin przy nim spędzanych. Druga w kolejności jest telewizja. Co ciekawe, w ponad 90 proc. przypadków rodzice nie kontrolują czasu, który ich dzieci spędzają podczas słuchania radia. Czy więc to medium jest uznawane za najmniej niebezpieczne?

Z badań, które przeprowadziliśmy, wynika, że wiele dzieci wskazywało na to, że korzysta z Internetu (nawet w smartfonie), i często robią to sami, bez kontroli dorosłych. Poza tym współtworzą media (aktywność w sieci, już nie bierne korzystanie, a czynne branie udziału).

Wybierają nowe media często kosztem tych starych (radio służy słuchaniu muzyki, telewizja spełnia swoje podstawowe role: informacja, rozrywka). Aktywność medialna przeszła do sieci.

Dzieci spytane o to, czy tylko dziennikarze mogą tworzyć artykuły, odpowiadają, że nie tylko (w VI klasie zdecydowana większość odpowiedzi, w IV także większość uczniów opowiedziało się za tą opinią). Wiedzą też (i potrafią napisać), czym zajmuje się dziennikarz (a także, gdzie pracuje); nie udało się jednak uniknąć stereotypowego podejścia do zawodu – w IV klasie (kilka osób odpowiedziało, że dziennikarz potrafi „rujnować życie”). W VI klasie te wypowiedzi były bardziej precyzyjne i konkretne.

Dzieci też wskazały, że w Internecie artykuły może pisać każdy (w VI klasie, w IV zaś najczęściej dzieci nie wiedziały, co odpowiedzieć). Informacje lokalne przeważnie czerpią uczniowie z klasy VI, najchętniej zaś wybierają Internet. W klasie młodszej głosy są podzielone, jeśli chodzi o zainteresowanie tematyką lokalną: mniej więcej po połowie. Obie grupy wskazały na prasę jako na źródło, z którego najmniej chętnie czerpią wiedzę lokalną.

Przewidywalnym wnioskiem, który nasunął się po badaniu, jest odbiór reklam. Obie grupy w zdecydowanej większości stwierdziły, że niechętnie oglądają materiały promocyjne. Nieliczne dzieci zarówno w klasie IV, jak i w VI, zaznaczyły, że w ogóle ich nie oglądają i przełączają program w telewizji, gdy one się pojawiają.

Kolejną ważną rzeczą było sprawdzenie używania mediów podczas wykonywania czynności szkolnych. W młodszej klasie ponad połowa nie odrabia prac domowych przy mediach (telewizji, radiu, komputerze z zastrzeżeniem, że bez Internetu). W starszej klasie ten czynnik jest mniejszy i dzieciom towarzyszą media (można wnioskować, że gdy nie chodzi o Internet, radio i telewizję, przekązniki

mogą mieć funkcję towarzyszącą). Dzieci też zaznaczają (zarówno w klasie IV, jak i VI), że szukają odpowiedzi na pytania z zadań domowych w sieci. W grupie młodszej przeważnie są to strony w stylu www.zadane.pl, w VI klasie – Wikipedia oraz wyszukiwarka Google.

Świadomość dziennikarstwa jest też większa w klasie VI. W niej wiele osób miało swojego ulubionego redaktora (na przykład Piotra Kraśkę, Beatę Tadle), w młodszych klasach nie wymieniono ulubionego. Można więc sądzić, że to starsi uczniowie interesują się ogólnopolskimi i światowymi wiadomościami (wymienieni dziennikarze to prowadzący programy informacyjne).

Kolejną ważną kwestią jest prawda w Internecie. W IV klasie dzieci stwierdziły, że tylko niektóre informacje zawarte w sieci są odzwierciedleniem prawdy. Ponad 90 proc. szóstoklasistów wskazało również na tę odpowiedź.

Ostatnim zagadnieniem jest sposób użytkowania sieci. W obu grupach zdecydowana większość odpowiedzi pokazała, że dzieci korzystają z Internetu przy osobach starszych. Podobne proporcje występują w odpowiedziach na pytanie o to, czy korzystanie z komputera odbywa się przy opiekunach. O ile Internet i telewizja, są używane pod okiem osób starszych (te dane są zbliżone), o tyle ponad 90 proc. rodziców szóstoklasistów nie kontroluje ilości czasu spędzonego przez dziecko przy radiu. Podobne dane występują w IV klasie.

Choć radio może być medium mniej popularnym (wymaga większego skupienia, telewizja jest towarzyszem innych czynności i serwuje obraz, prasa egzekwuje uwagę i specyficzne warunki odbioru, a radio można tylko słyszeć), to dzieci i młodzież także go używają. Rodzice jednak, nie tak jak w przypadku telewizji czy Internetu albo komputera w ogóle, nie czują potrzeby towarzyszenia dziecku przy tej czynności. Można więc sądzić, że radio jest bardziej przewidywalne i bezpieczniejsze (a może także bagatelizowane?).

Jak można było sądzić, nowe media zaczęły dominować nad starymi. Za tymi trendami i wyborami podążają sztaby wyborcze czołowych polityków. Kampania prezydencka 2015 roku odbywała się za pomocą Instagrama. Na profilach kandydatów, między innymi Bronisława Komorowskiego i Andrzeja Dudy, widać było, że ich konta obsługiwali profesjonaliści specjalnie do tego zatrudnieni. Gdyby w 2015 roku takie platformy jak Snapchat były popularne, komunikacja polityczna byłaby być może pośredniczona przez nie.

Uczniowie z jednych mediów korzystają, inne odchodzą dla nich do lamusa, jak wspomniany portal Nasza Klasa, który dzieci jeszcze znają, ale do korzystania z którego już nie przyznają się.

Nowe media wygrywają jeszcze z jednego powodu. Dzieci wiedzą, że nie tylko dziennikarze stoją za informacją i przekazywaniem wiedzy. Włączają się więc we współtworzenie mediów w taki sposób, jaki jest dla nich najszybszy, najłatwiejszy,

ale przede wszystkim dostępny. Wymienić tu można Facebook, blogi, komentarze, a przy tym zainteresowanie tematami lokalnymi i ogólnopolskimi. Wiedza ta zapoczątkowuje proces mówienia o rodzącym się w sieci społeczeństwie obywatelskim, które świadomie korzysta z mediów i użytkuje je na swój własny sposób. Nie udało się też uniknąć błędów i porażek. Z jednej strony Internet daje użytkownikom nieograniczone pole do partycypacji, z drugiej zaś oferuje namiastkę wiedzy.

Ciekawą rzeczą jest też komunikacja, która odbywa się w erze nowych mediów. Podczas wykonywania ankiety można było zauważyć konsultacje i rozmowy dzieci. Ten wpływ widać także w odpowiedziach na pytania otwarte (wypowiedzi powtarzają się często, na przykład w podobnych nazwach programów, definiowaniu pojęć).

Jak już zostało powiedziane na początku, nasze badanie miało na celu sprawdzenie, jak młodzież w szkole podstawowej korzysta z nowych mediów. W toku badań dało się jednak zauważyć, że choć dzieci znały podstawowe serwisy i aplikacje, kojarzone głównie z nowymi technologiami (na przykład smartfonami), nie ukrywały swojej aktywności w tzw. starych mediach. Wskazywały na telewizję jako medium dominujące pod tym względem, a także na analogowe pomoce naukowe (tu rozumiane jako tradycyjne słowniki i inne materiały). Co ciekawe, uczniowie używają starych mediów jako „towarzyszy” podczas odrabiania prac domowych. Cenne może wydawać się radio, z którego dzieci także nadal korzystają (choć medium to wydaje się odchodzić do tzw. lamusa). Stare środki masowego przekazu, choć wydają się wyraźnie pozostawać z dala od nowych rozwiązań, nie zniknęły ze sfery odbioru dzieci. Może to być spowodowane odbiorczą obecnością towarzyszącą uczniom ich rodziców i innych osób starszych, co znalazło odzwierciedlenie w ankiecie.

Kolejnym zagadnieniem, cennym naszym zdaniem, jest współtworzenie mediów. Pojedyncze odpowiedzi wskazywały na przykład na blogowanie czy też aktywność w portalach społecznościowych. Można więc sądzić, że dzieci także chcą tworzyć media (w pytaniu o rolę dziennikarza i o przekazywanie wiedzy zaznaczają, że nie tylko wybrani do tego ludzie mogą to czynić, ale także zainteresowani). Z powodu wszechobecności oraz łatwości użytkowania, dzieci w Internecie mogą odnaleźć swoje miejsce do współtworzenia przekazów.

Nowe media więc dały nie tylko pole do udziału w kreowaniu rzeczywistości medialnej, ale Internet niesie także ryzyko. Nie tylko chodzi tu o bezpieczeństwo, ale i lęk o jakość materiałów weń umieszczanych. Sieć dała wiele możliwości, wymaga jednak sporych nakładów pracy, by ją jeszcze bardziej ulepszyć dzięki bardziej świadomemu użytkowaniu. Edukacja medialna – dobrze prowadzona – staje się tu nadzieją na to, że młodzież obecnie z niej korzystająca spłaci dług, stając się za kilka lat teoretykami i praktykami wiedzy medioznawczej w nauce polskiej.

Załącznik nr 1 – ankieta przeprowadzona wśród uczniów szkół lubelskich

Ankieta badająca odbiór mediów przez dzieci w wieku szkolnym

Ankieta ma na celu zbadanie rozumienia mediów i sposobów ich używania przez uczniów szkoły podstawowej, a także sprawdza wiedzę na temat dziennikarstwa. Ankieta składa się z 31 pytań, w większości zamkniętych (w których trzeba wybrać jedną z dwóch odpowiedzi) oraz z kilku otwartych. Wypełnienie jej nie powinno zająć Ci więcej niż 20–30 minut. Ankieta jest anonimowa, zaś jej wyniki zostaną wykorzystane podczas konferencji naukowej na UMCS.

Płeć

- ☐ dziewczyna
- ☐ chłopak

Klasa

- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6

1. Ile czasu w ciągu dnia korzystasz z telewizji, radia i Internetu?

- ☐ 1–2 godz.
- ☐ 3–5 godz.
- ☐ więcej niż 5 godzin
- ☐ nie korzystam w ogóle

2. Czy czujesz zmęczenie, gdy za długo korzystasz z telewizji, radia, Internetu?

- ☐ tak
- ☐ nie

3. Co robisz w Internecie (można wybrać kilka odpowiedzi)?

- ☐ piszę komentarze
- ☐ czytam artykuły na stronach
- ☐ piszę blog
- ☐ czytam blog kogoś, kogo znam osobiście
- ☐ gram
- ☐ korzystam z Facebooka i podobnych stron
- ☐ nie korzystam z Internetu

4. Czy Internet jest bezpieczny?

- ☐ tak
- ☐ nie
- ☐ nie wiem
- ☐ trudno powiedzieć

5. Które z podanych niżej stron i aplikacji znasz (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)?

- ☐ Instagram
- ☐ Snapchat
- ☐ Facebook
- ☐ Nasza Klasa
- ☐ YouTube
- ☐ Wykop
- ☐ nie znam żadnej z wymienionych
- ☐ znam inną/inne (napisz, proszę, jakie):

.....

6. Z których stron i aplikacji korzystasz (można zaznaczyć kilka)?

- ☐ Instagram
- ☐ Snapchat
- ☐ Facebook
- ☐ Nasza Klasa
- ☐ YouTube
- ☐ Wykop
- ☐ nie korzystam z żadnej z wymienionych
- ☐ korzystam z innej/innych (napisz, proszę, jakich):

.....

7. Czy posiadasz telefon dotykowy?

- ☐ tak
- ☐ nie

8. Czy korzystasz z Internetu w telefonie dotykowym?

- ☐ tak
- ☐ nie

9. Czy każdy może pisać artykuły w Internecie?

- ☐ tak
- ☐ nie
- ☐ nie wiem
- ☐ trudno powiedzieć

10. Czy tylko dziennikarze przekazują informacje?

- ☐ tak
- ☐ nie
- ☐ nie wiem
- ☐ trudno powiedzieć

11. Gdzie pracuje dziennikarz (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)?

- ☐ w telewizji
- ☐ w Internecie
- ☐ w radiu
- ☐ w gazetach i czasopismach
- ☐ nie wiem

12. Czym zajmuje się dziennikarz?

- ☐ nie wiem
- ☐ wiem (napisz, proszę):
-

13. Czy masz ulubionego dziennikarza?

- ☐ nie
- ☐ tak (podaj proszę imię i nazwisko)

14. W kilku słowach napisz, czym są media

- ☐ nie wiem
- ☐ wiem (napisz, proszę):
-

15. Co oglądasz w telewizji (można wskazać kilka odpowiedzi)?

- ☐ filmy
- ☐ bajki
- ☐ programy rozrywkowe

- ☐ informacje
- ☐ pogodę
- ☐ to, co wybiorą dorośli
- ☐ to, co sam(-a) wybiorę
- ☐ reklamy
- ☐ coś innego:
- ☐ nie oglądam telewizji

16. Czego słuchasz w radiu (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)?

- ☐ piosenki
- ☐ informacje
- ☐ programy prowadzone przez dziennikarzy
- ☐ pogodę
- ☐ wywiady
- ☐ reklamy
- ☐ coś innego:
- ☐ nie słucham radia

17. Czy informacje o swoim mieście czerpiesz z radia, telewizji, Internetu, prasy?

- ☐ tak
- ☐ nie
- ☐ nie interesują mnie informacje o moim mieście i nie sięgam po nie

18. Z którego źródła czerpiesz najchętniej wiedzę o swoim mieście (proszę wskazać tylko jedną odpowiedź)?

- ☐ radio
- ☐ telewizja
- ☐ Internet
- ☐ gazety
- ☐ nie sięgam po informacje o moim mieście

19. Z którego źródła czerpiesz najmniej chętnie wiedzę o swoim mieście (proszę wskazać tylko jedną odpowiedź)?

- ☐ radio
- ☐ telewizja
- ☐ Internet
- ☐ gazety
- ☐ nie sięgam po informacje o moim mieście

20. Czy chętnie oglądasz reklamy?

- ☐ tak, chętnie oglądam
- ☐ nie, niechętnie oglądam reklamy
- ☐ nie, w ogóle nie oglądam reklam i je przełączam

21. Czy odrabiasz prace domowe przy telewizji, radiu, stronach internetowych, które nie są pomocne przy wykonaniu zadania?

- ☐ tak
- ☐ nie

22. Co najchętniej towarzyszy Ci przy odrabianiu zadań domowych?

- ☐ radio
- ☐ telewizja
- ☐ Internet
- ☐ komputer bez używania Internetu
- ☐ komunikatory, np. Facebook, Gadu-Gadu, Skype
- ☐ nie odrabiam prac domowych przy żadnym z wymienionych
- ☐ coś innego:
-

23. Czy odrabiając prace domowe, szukasz odpowiedzi w Internecie?

- ☐ tak
- ☐ nie

24. Jeśli odpowiedzi przy odrabianiu prac domowych szukasz w Interencie, wskaż gdzie (można zaznaczyć kilka odpowiedzi).

- ☐ Wikipedia
- ☐ strony w Google
- ☐ encyklopedie i słowniki w Internecie
- ☐ strony typu: Zadane.pl
- ☐ inne (jakie?):

25. Czy przy odrabianiu prac domowych korzystasz z (można zaznaczyć kilka odpowiedzi):

- ☐ książki i słowniki papierowe
- ☐ płyty CD z programami, encyklopediami itd.
- ☐ inne (poza Internetem):

26. Czy w Internecie informacje są prawdziwe?

- ☐ tak
- ☐ nie
- ☐ tylko niektóre są prawdziwe
- ☐ nie wiem

27. Czy korzystasz z Internetu przy osobach starszych?

- ☐ tak
- ☐ nie

28. Czy osoby starsze mają wpływ na to, ile czasu spędzasz przy komputerze?

- ☐ tak
- ☐ nie

29. Czy osoby starsze mają wpływ na to, ile czasu spędzasz w Internecie?

- ☐ tak
- ☐ nie

30. Czy osoby starsze mają wpływ na to, ile czasu spędzasz przy telewizji?

- ☐ tak
- ☐ nie

31. Czy osoby starsze mają wpływ na to, ile czasu spędzasz przy radiu?

- ☐ tak
- ☐ nie

Dziękujemy za poświęcony czas!

Bibliografia

- Boniecka B., Granat A., 2015, *Wstęp*, [w:] B. Boniecka, A. Granat (red.), *Recepcja programów radiowych i telewizyjnych przez dzieci w wieku przedszkolnym*, Lublin.
- Boniecka B., 2010, *Jak dzieci poznają, przetwarzają i kreują rzeczywistość*, [w:] M. Karwatowska, A. Siwiec (red.), *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*, Chełm.
- Czapiga M., 2015, „*Wystawa na ekranie*” jako nowomediowa promocja sztuki, [w:] M. Karwatowska, B. Jarosz (red.), *(Nowe) media: implikacje kulturowe, językowe i edukacyjne*, Lublin.
- Karwatowska M., 2015, *Wprowadzenie*, [w:] M. Karwatowska, B. Jarosz (red.), *(Nowe) media: implikacje kulturowe, językowe i edukacyjne*, Lublin.
- Keen A., 2007, *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*, tłum. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Warszawa.
- Pleszczyński J., 2010, *Prawda i wiarygodność przekazu i komunikacji medialnej*, [w:] M. Karwatowska, A. Siwiec (red.), *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*, Chełm.
- Stasiuk-Krajewska K., 2015, *Co ludzie robią z mediami? O nieoczywistości wpływu mediów*, [w:] M. Karwatowska, B. Jarosz (red.), *(Nowe) media: implikacje kulturowe, językowe i edukacyjne*, Lublin.
- Włodarczyk A., 2015, *Poetyka nowego odbioru tekstów kultury. Hipertekst. Wirtualność. Narracja*, [w:] M. Karwatowska, B. Jarosz (red.), *(Nowe) media: implikacje kulturowe, językowe i edukacyjne*, Lublin.

Red. Dariusz Okoń

absolwent studiów licencjackich na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Dziennikarz magazynu studenckiego „Polformance”, publicysta portalu „Men’s View” oraz blogger. Wcześniej także dziennikarz obywatelski portalu Wiadomości24 oraz autor tekstów kulturalno-społecznych magazynu „Ofensywa”.

Red. Grzegorz Rekiel

absolwent studiów licencjackich na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Redaktor naczelny magazynu „Polformance” oraz współpracownik miesięcznika „Forum Akademickie”.

**Recepcja nowych mediów przez dzieci w wieku szkolnym:
twórca i użytkownik przekazu medialnego**

Streszczenie

Artykuł pokazuje odbiór nowych mediów przez młodzież w wieku szkolnym na podstawie przeprowadzonego badania. Pod uwagę wzięto zarówno tradycyjne media (prasa, tv, radio), jak i tzw. nowe media (Internet oraz towarzyszące mu aktywności, takie jak: aplikacje, portale społecznościowe, strony WWW). Problemem, który został tu szczegółowo omówiony, jest odbiór przekazu masowego, ale i współtworzenie treści medialnych. Pokazane zostało tworzenie świata dziennikarskiego przez tzw. reporterów obywatelskich, ale i przeciętnego użytkownika sieci, który za pomocą sieciowych platform, aplikacji oraz portali społecznościowych tworzy przekazy dziennikarskie.

Słowa kluczowe

nowe media, młodzież szkolna, odbiór przekazu masowego, tradycyjne

**Reception of new media by school children:
the creator and the user of media message**

Summary

The article shows reception of new media by the youth in the school age on the grounds of conducted study. We considered both traditional media (press, tv, radio) and “new media” (the Internet, applications and social media). We discussed in detail the problem of reception of mass media and contribution of media contents. We showed a creating of journalism world by civil reporters and common user of an Internet, who by the network platform, applications and social media create journalism transfer media

Keywords

new media, school teenage, reception of media transfer, traditional media