

Piotr Drzewiecki

# Obywatele mediów

**Scenariusze lekcji z edukacji medialnej**



FUNDACJA  
**DO**  
BREGO  
ODBIORU

## **Edukacja obywatelska, edukacja medialna**

W ramach projektu CIVILIA.pl przygotowałem 10 scenariuszy lekcji poświęconych mediom, współczesnej kulturze i nowemu modelowi odpowiedzialności obywatelskiej. Kultura 2.0 oparta na technologiach komunikacji sieciowych skłania nas do uczestnictwa w globalnych procesach społecznych i twórczych. Stajemy się w większym stopniu podmiotami kultury i polityki, bardziej niż miało to miejsce jeszcze w kulturze masowej. Tutaj ideałem był świadomy, krytyczny, mądrze wybierający odbiorca, konsument i wyborca. Potrzeba jednak czegoś więcej, zaangażowania, zmiany myślenia o życiu publicznej, większej troski np. o własną lokalność – szkołę, osiedle, miejscowość. Mamy do tego genialne narzędzia, które przyniosła nam rewolucja komunikacyjna ostatnich lat.

Scenariusze zajęć dotyczą kształtowania kompetencji medialnych młodych ludzi, przyszłych obywateli naszego kraju i Europy. Na początku kilka propozycji (1 – 4) związanych ze sztuką komunikacji interpersonalnej i prowadzenia debaty publicznej, której jakość wciąż wydaje się problemem zarówno w mediach audiowizualnych jak i Internecie. Szkoła jest miejscem wychowania do dialogu, do różnorodności i tolerancji na inne poglądy, stąd trzeba nauczyć się prowadzenia dyskusji i kultury sporu. Następne scenariusze dotyczą pojęcia kompetencji obywatelskiej i medialnej (5 – 7). Będziemy zastanawiać się co to znaczy być krytycznym odbiorcą mediów, jak analizować i wybierać wartościowe przekazy medialne, jak odróżnić reklamę i perswazję od informacji. Na końcu kilka lekcji (8 – 10) poświęcimy zagadnieniom związanym z przemianami kultury i edukacji w kontekście nowych technologii 2.0

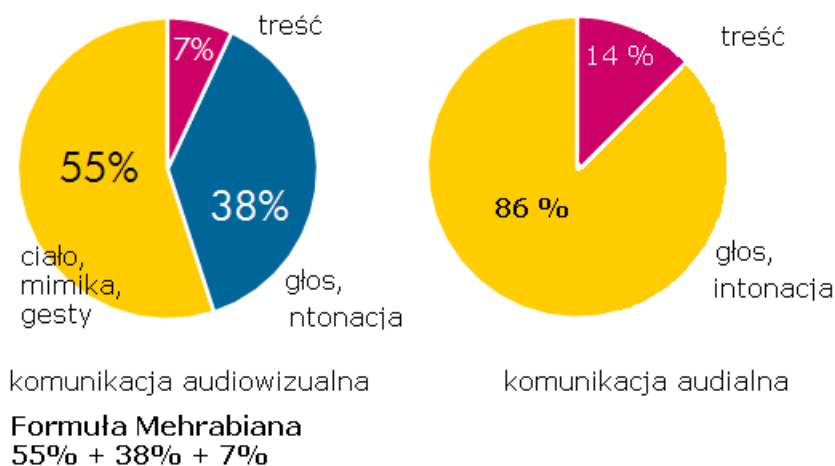
Scenariusze są bardziej inspiracjami dydaktycznymi niż gotowymi pomysłami na lekcję. Chciałbym zostawić Państwu jako nauczycielom swobodę i radość twórczości dydaktycznej. Z pewnymi modyfikacjami można mówić o tych zagadnieniach zarówno w szkole podstawowej na II etapie kształcenia, w gimnazjum jak i w szkołach ponadgimnazjalnych. Gorąco zachęcam do przeprowadzenia takich lekcji np. w czasie godzin wychowawczych czy innych przedmiotów, które Państwo prowadzą

dr Piotr Drzewiecki

# 1. Język ciała

**Cele i metody lekcji:** świadomość znaczenia komunikacji niewerbalnej w komunikowaniu, znajomość podstawowych gestów, postaw, mimiki, dystansu osobistego, tworzenie prezentacji, praca w grupach, inscenizacja dydaktyczna.

**Pojęcia i główne treści:** Mowa ciała – pojęcie z psychologii komunikacji, w znacznej mierze synonim komunikowania niewerbalnego, a więc realizowanego bez pośrednictwa słów. Obejmuje m.in. gesty, ruchy ciała, mimika, postawy i ukierunkowanie ciała, wykorzystanie przestrzeni w komunikowaniu. Formuła Alberta Mehrabiana (psych. amer., ur. 1939 r.) - według niej w aktach komunikacji zwracamy uwagę: w 7 proc. na treść wypowiedzi, w 38 proc. na intonację głosu, a w 55 proc. na komunikację niewerbalną. Więcej pojęć zob. quizy *Jesteśmy komunikatem*, *Język gestów*. Warto zapoznać się także z materiałami ze strony <http://niewerbalnie.info/> lub <http://mowaciala.net/>



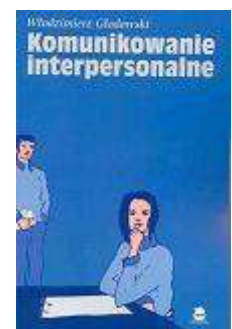
**Pomoce do zajęć:** dostępne w internecie ilustracje i opisy znaczeń poszczególnych gestów, postaw w komunikowaniu, wykorzystania przestrzeni w komunikacji; aparat fotograficzny, program do prezentacji.

**Praca w grupach:** zadaniem uczniów będzie przygotowanie krótkiej prezentacji na temat gestów, postaw, mimiki lub proksemiki (4 grupy realizujące odrębne projekty). Poszczególne przykłady ilustrują wykonanymi przez siebie inscenizacjami. Fotografie samych siebie w tych różnych sytuacjach komunikacyjnych umieszczają w prezentacji.

## Lektura uzupełniająca:

W. Głodowski, *Komunikowanie interpersonalne*, Warszawa: Studio Emka Communication 2006.

E. Hall, *Bezgłośny język*, przeł. R. Zimand, A. Skarbińska, Warszawa: PIW 1987.



## 2. Umiejętność i język dyskusji

**Cele i metody lekcji:** świadomość potrzeby etycznych zasad prowadzenia dyskusji, umiejętność dyskutowania.

**Pojęcia i główne treści:** Dyskusja – łac. *discussio*, roztrząsanie, wymiana popartych argumentami poglądów przez dwoje lub więcej osób zainteresowanych danym zagadnieniem: zjawiskiem, problemem. Współcześnie obok formy ustnej popularne stają się wymiany poglądów na internetowych forach dyskusyjnych. Argument – fakt, przykład, pogląd przytoczony w trakcie dyskusji na potwierdzenie lub obalenie danego przekonania, logiczny, rzeczowy (poparty danymi), ale też niekiedy odwołujący się do emocji. Wybrane rodzaje dyskusji: debata, dyskusja naukowa, panel dyskusyjny, dyskusja oksfordzka. Dialog – inne określenie rozmowy, komunikacji werbalnej pomiędzy dwoma lub więcej osobami.

**Pomoce do zajęć:** kartki A4, flamastry, długopisy.

**Praca w grupach:** zadaniem uczniów będzie opracowanie wspólnego kodeksu dobrej dyskusji, która będzie pomocna do przeprowadzenia klasowej debaty. Rozdajemy im kartki (przykłady kategorii poniżej) i prosimy o rozwinięcie podanych zasad, przedstawienie zarówno pozytywnych jak i negatywnych przykładów odnoszących się do danej zasady. Na koniec warto poprosić kogoś o spisanie zaprezentowanych przez klasę kodeksu dobrej dyskusji.

rzeczowość, jasność wypowiedzi,  
meritum sprawy, trzymanie się  
tematu dyskusji

odwoływanie się do faktów,  
podawanie źródeł

unikanie ataków „ad personam”,  
poszanowanie godności osoby

zachowanie kultury słowa

nie stosujemy uogólnień w  
dyskusji

### 3. Debata oksfordzka

**Cele i metody lekcji:** kształcenie umiejętności prowadzenia debaty publicznej

**Pojęcia i główne treści:** Debata oksfordzka – rodzaj debaty powstały w środowisku Uniwersytetu Oksfordzkiego, o ścisłych zasadach dotyczących czasu i sposobu dyskusowania, przede wszystkim o wysokiej kulturze prowadzenia sporu. Polega na tym, że dwa zespoły prowadzą spór na podany wcześniej temat. W każdym zespole są (zwykle cztery) osoby odpowiedzialne: za prezentację stanowiska, za jego uzasadnienie, za kontrargumentację i za podsumowanie. Nad całością czuwa powołany marszałek debaty. Publiczność ma możliwość zadawania pytań jak i głosowania nad prezentowanymi poglądami. Więcej o zasadach debat oksfordzkich m. in. na stronie Organizacji Studenckiej PANEUROPA, <http://www.paneuropa.eu.org/debaty/index.php?page=6>



Fot. Debata oksfordzka – film instruktażowy Fundacji Kopernikańskiej

**Pomoce do zajęć i praca podczas lekcji:** na poprzedniej lekcji podaj (najlepiej kontrowersyjny) temat debaty oraz poproś uczniów o zapoznanie się z jej regułami. Możesz im polecić także film instruktażowy Fundacji Kopernikańskiej, dostępny pod adresem <http://www.youtube.com/watch?v=mp1b7mFE9Gk> Lekcja przebiega zgodnie z regułami przyjętymi w stylu oksfordzkim. Na koniec możecie zastanowić się nad zaletami tego typu form prowadzenia dyskusji publicznych, dlaczego ich nie ma tak wiele jeszcze w polskim życiu publicznym.

## 4. Jak zostać mówcą?

**Cele i metody lekcji:** umiejętność tworzenia przemówienia na określony temat, znajomość podstaw retoryki

**Pojęcia i główne treści:** Retoryka – od gr. *rhetor*, łac. *orator* mówca, krasomówstwo, sztuka wymowy, umiejętność dobrego i rzetelnego przekonywania słuchaczy, czyli przekazywania treści perswazyjnych. Perswazja – przekonywanie kogoś do swoich racji. Figura retoryczna – środek ekspresji językowej wzmacniający emocjonalność, obrazowość języka, polegający na stosowaniu ozdobnych zwrotów lub wyrażeń. Zwięzła historia retoryki starożytnej. Zasady tworzenia przemówień: obrazowość języka, odwoływanie się do emocji, argumentowanie – odwoływanie się do faktów i logiki.

**Pomoce do lekcji:** wskazane przygotowanie prezentacji ilustrującej sylwetki wybitnych retorów starożytności z krótkimi biogramami.



Fot. Demostenes (384—322 p.n.e.) – najsłynniejszy mówca grecki, ilustracja: mowiawieki.pl

**Praca w grupach:** po części teoretycznej uczniowie przygotowują przemówienia na podany temat związane z komunikowaniem i mediami. Ich zadaniem może być np. przekonanie innych uczniów do jakichś zachowań medialnych np. do czytania książek, słuchania radia, nieoglądania telewizji. Swoje przemówienia starają się zilustrować przykładami, odwołują się do emocji, jak i obiektywnych danych. Pracują w grupach 3-5 osobowych, w których jedna osoba zostaje wyznaczona do roli mówcy.

### Lektura uzupełniająca:

M. Kuziak, *Jak mówić, rozmawiać, przemawiać?*  
Warszawa: PWN, Bielsko-Biała: Wyd. Park 2008.



## 5. Informacja a reklama

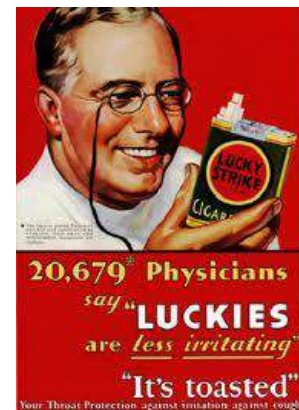
**Cele i metody lekcji:** świadomość znaczenia reklamy w gospodarce i we współczesnym społeczeństwie medialnym, umiejętność rozróżniania przekazu informacyjnego od reklamowego, umiejętność analizy przekazów reklamowych.

**Pojęcia i główne treści:** Reklama – (z łac. *reclamo, reclamare*) – informacja połączona z komunikatem perswazyjnym. Ma na celu skłonienie do nabycia lub korzystania z określonych towarów czy usług, popierania określonych idei politycznych lub społecznych. Podczas lekcji warto przedstawić historię i przykłady pierwszych reklam prasowych i telewizyjnych. Dokonać analiza podobieństw i różnic do współczesnych przekazów reklamowych. Podjąć zagadnienie oddziaływanie reklamy na podświadomie formułowane pragnienia i potrzeby, które ma zaspokoić nasz wybór konsumencki. Omówić funkcje reklamy wskazując także na jej walory informacyjne, edukacyjne i artystyczne (kreatywne), ale dostrzegając jej negatywne aspekty tj. przesadne rozbudzanie konsumizmu, elementy manipulacji.

**Pomoce do zajęć:** nagrania wideo wybranych reklam telewizyjnych, prezentacja pierwszych reklam ukazujących się w prasie lub telewizji (ilustracje zob. np. galerię starych reklam przygotowaną przez studentów Warszawskiej Szkoły Reklamy <http://www.galeria.szkolareklamy.edu.pl/thumbnails.php?album=7>, nagrania z You Tube).

### Praca w grupach:

Wybieramy przykłady niektórych reklam i wypowiedzi medialnych. Interesującym punktem dyskusji może być np. reklama, w której dentysta wypowiada się o nowej paście do zębów. To opinia znawcy czy jedynie sprytnie skonstruowana perswazja? To prawdziwy ekspert czy jedynie aktor, który odgrywa jego rolę? Kilka lat temu znane były przykłady reklam, w których firma jedynie informowała o zmianie wyglądu butelki alkoholu, żeby ominąć ograniczenia reklamy trunków. Jakie jeszcze przykłady możemy wymienić? Jak możemy przeciwdziałać takim przekazom?



**Pomysł w wolnym czasie:** Sporządź listę marek, które kojarzą Ci się z danym produktem lub usługą: napojem gazowanym, czekoladą, serkiem homogenizowanym, siecią sklepów, usługą internetową. Zastanów się dlaczego większość wypisanych przez Ciebie produktów była ostatnio reklamowana w mediach? O czym opowiadały tamte reklamy? Czy tylko informowały Cię o produkcie czy też stwarzały pewien rodzaj pragnienia? Jakimi obrazami się posługiwano w danej reklamie? Jakie emocje w Tobie budziły?

## 6. Budowanie światopoglądu

**Cele i metody lekcji:** umiejętność porównywania różnych sposobów prezentowania faktów przez określone media, rozpoznawanie linii programowej pisma, stacji telewizyjnej, umiejętność odróżniania faktów od komentarzy, praktyka przeglądu prasy.

**Pojęcia i główne treści:** Przeгляд prasy – praktyka dziennikarska porównywania zawartości różnych dzienników i czasopism. Analiza (łac. *analysis*, rozdzielić) – podstawowa metoda badania naukowego, tu w odniesieniu do przekazów medialnych: przyswajania informacji medialnych, polegająca na rozbiórce danego zagadnienia na mniejsze składniki, w celu ich rozpoznania, zbadania i późniejszej syntezy – zrozumienia, ułożenia w całość. Ideologia – uporządkowanych zbiorów poglądów – religijnych, politycznych itp. służący ludziom o tożsamych poglądach do objaśniania otaczającego ich świata, wyraz poszukiwania prawdy o świecie i pragnienie jego zrozumienia. Światopogląd – względnie stały zespół sądów (często wartościujących), przekonań i opinii na temat otaczającego świata czerpanych z rozmaitych dziedzin kultury, głównie z nauki, sztuki, religii i mediów.

**Pomoce do zajęć:** prosimy uczniów o kupno różnych dzienników, danego dnia, w którym ma odbyć się lekcja: „Gazety Wyborczej”, „Rzeczpospolitej”, „Super Expressu”, „Naszego Dziennika”.



**Praca w grupach:** porównywanie różnych tytułów prasowych uczy otwartości na odmienne poglądy i punkty widzenia. Z prasy wybieramy najbardziej interesujący uczniów temat, dostosowany do możliwości intelektualnych klasy. Najlepiej, jeśli jest to temat kontrowersyjny. W jaki sposób dana sprawa jest opisana w różnych dziennikach? Jak przekazywane są informacje, jakie komentarze redakcyjne im towarzyszą? Możemy na tablicy przygotować trzy kolumny z nagłówkami: opinie negatywne, neutralne i pozytywne. Następnie w każdej kolumnie zaznaczyć jak dane wydarzenie komentują autorzy piszący w poszczególnych dziennikach. Taka praktyka sprzyja również kształtowaniu własnej wizji świata.

**Nasz Dziennik**



**Pomysł w wolnym czasie:** jak byś podzielił ideologicznie różne tytuły prasowe, stacje telewizyjne? Czym różnią się ich przekazy w przedstawianiu wydarzeń? Postaraj się opracować listę najważniejszych poglądów i idei, które reprezentują określone media (prawicowe, lewicowe, liberalne, katolickie).



## 7. Krytyczny odbiór przekazów medialnych

**Cele i metody lekcji:** kształtowanie krytycznej i selektywnej postawy wobec środków społecznego przekazu, budowanie własnego systemu wartości w odniesieniu do przekazów medialnych, dyskusja w grupach.

**Pojęcia i główne treści:** Krytyczny odbiór mediów – umiejętność dokonywania ocen przekazów medialnych i informacyjnych względem przyjętego systemu wartości. Wartości to powszechnie pożądane w społeczeństwie przedmioty lub idee, którym przypisujemy ważną rolę w życiu. System wartości to zespół wartości uporządkowany według stopnia ważności. Antywartości – przeciwieństwo wartości, zwykle o charakterze zagrożeniowym.

**pieniądze**

**przyjaźń**

**Pomoce do zajęć:** nauczyciel przygotowuje karteczki z wypisanymi na nich wartościami ważnymi w życiu człowieka (miłość, pokój, zdrowie, bogactwo, autorytet, wolność, przyjemność, ochrona środowiska).

**wolność**

**Praca w grupach:** uczniowie podzieleni na grupy otrzymują wylosowaną kartkę z hasłem. Jak odnoszą się do danej wartości? Ich zadaniem jest wypisanie skojarzeń z przekazami medialnymi, filmami, programami telewizyjnymi, piosenkami. Zastanawiają się również nad tym, w jaki sposób dane wartości są dzisiaj prezentowane w mediach. A co jest ich zagrożeniem, antywartością, i jak są one obecne w przekazach? Wspólnie można też podyskutować o hierarchii wartości we współczesnych mediach.

**ochrona  
środowiska**

**Pomysł w wolnym czasie:** w wolnej chwili usiądź z notesem. Zapisz 5 swoich ulubionych filmów, zespołów muzycznych, książek, programów telewizyjnych.

**zdrowie**

To Twój osobisty ranking, lista przebojów. Dlaczego podobają Ci się te, a nie inne? Dlaczego ten film, książkę, muzykę uważasz za ważną w swoim życiu? Co Cię w niej pociąga? Jakie wartości artystyczne i inne ze sobą niesie? Spróbuj się nad tym zastanowić i to opisać.

## 8. Kultura 2.0

**Cele i metody lekcji:** Rozumienie roli nowych mediów w przemianach kulturowych. Praca zespołowa w grupach, pisanie eseju

**Pojęcia i główne treści:** Mainstream - ang. „główny nurt”, dominujący w danym okresie nurt myślowy lub artystyczny, najbardziej popularny w kulturze (popkultura). Jest również opozycją dla tzw. kultur niszowych, subkultur i kontrkultur, undergroundu. Media mainstreamowe – „media głównego nurtu”, dominujące w danym społeczeństwie mass media, mające największą oglądalność i czytelnictwo, w największym stopniu wpływające na opinię publiczną. Media specjalistyczne – media wąsko formatowane, do określonych audytoriów, podejmujące określoną tematykę zawodową lub hobbystyczną. Kultura 2.0 – nowy sposób tworzenia kultury z wykorzystaniem mediów cyfrowych, głównie internetu i jego specyfiki społecznościowej. Rozróżnienie pomiędzy elitarną kulturą wysoką a popularną, masową.

**Pomoce do zajęć:** Kartki papieru, długopisy, flamastry.

**Praca w grupach:** Na lekcji będziemy tworzyć internetową mapę kultury. Praca w grupach, a potem wspólne podsumowanie na tablicy. Przez mapę kulturową rozumiemy najważniejsze atrakcje turystyczne, wyjątkowe i warte odwiedzenia w danym regionie. Internet również staje się kulturą. Jako odbiorcy odnajdujemy w nim interesujące strony, komunikujemy się na serwisach społecznościowych. Czy możemy stworzyć nasz własny przewodnik po internecie?

Na lekcji można ograniczyć się jedynie do prezentacji ulubionych stron poszczególnych uczniów, ale można również zaproponować próbę utworzenia wspólnej, kulturowej mapy internetu, narysować i zilustrować ją na tablicy tak, jak tworzy się geograficzne mapy. Czy taka mapa istnieje? Czy mamy wspólną mapę? Czy dominują w niej duże serwisy jak You Tube, Wirtualna Polska czy mało znane strony www? Czy pokrywa się z przestrzenią naszego miasta (portale, fora i grona tematycznie związane z regionem, szkołą)? Jest to również okazja do wyjaśnienia cech cyberprzestrzeni, jako niedającego się opisać fizycznie i geograficznie świata, ale jednocześnie świata bardziej niż tylko wyobrażonego.

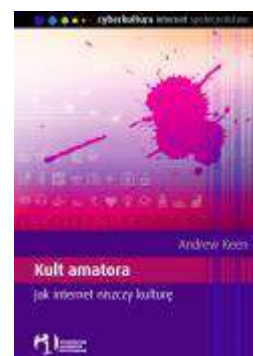
**Temat eseju:**

Czy wpis na blogu może być dziełem sztuki? Internet jako kultura wysoka

**Lektura uzupełniająca:**

*Kultura 2.0*, <http://kultura20.blog.polityka.pl/>

A. Keen, *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę?* przeł. M. Bernatowicz, Warszawa 2007.



## 9. Świadomi mediów

**Cele i metody lekcji:** Świadomość historycznych i technologicznych przemian środków społecznego przekazu w minionym stuleciu. Podstawowa wiedza o historii techniki medialnej. Umiejętność analizy porównawczej. Esej dydaktyczny, praca domowa (do 1200 znaków) – umiejętność pisania do określonej liczby znaków. W ramach zajęć uzupełniających wizyta np. w Muzeum Techniki w Warszawie, Muzeum Poczty i Telekomunikacji we Wrocławiu.

**Pojęcia i główne treści:** Nowe media – określenie elektronicznych i cyfrowych środków komunikacji masowej, które powstały pod koniec II poł. XX w., wśród których możemy wymienić: CD-ROM-y, DVD, gry komputerowe, komputery multimedialne, Internet. Opierają się na cyfrowej technice zapisu, dającą możliwość ingerencji i modyfikowania przekazów. Dotychczasowe środki masowego przekazu są określane jako media tradycyjne lub też stare media: prasa oraz media elektroniczne oparte na technice analogowego zapisu (radio, telewizja, magnetofon). Nowe media charakteryzuje



Fot. Stoonn. wiangya / freedigitalphotos.net

miniaturyzacja urządzeń, łatwiejszy interfejs użytkownika, integracja różnych mediów w jednym urządzeniu – multimedialność. Umożliwiają większą interakcję użytkowników i wspólne tworzenie przekazów w sieci.

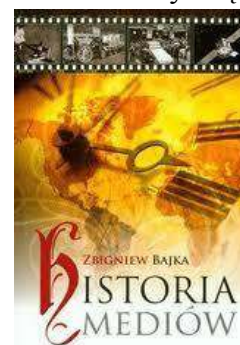
**Pomoce do zajęć:** Przygotowanie prezentacji ilustrującej korzystanie z mediów w minionym stuleciu. Wzór pod adresem <http://presscafe.eu/?p=2171> Egzemplarze starych czasopism i gazet codziennych, stare telefony komórkowe, zabytkowe odbiorniki radiowe, magnetofony szpulowe i kasetowe, walkmany, telefony z tarczą i in.

**Praca w grupach:** Klasę dzielimy na dwie grupy. Zadaniem pierwszej będzie analiza przyniesionych egzemplarzy dawnej prasy, drugiej – urządzeń i nośników technologicznych, które nie są już powszechnie używane. Prosimy grupy o ich charakterystykę. Dlaczego w prasie dawniej dominował tekst, a współcześnie zdjęcia? W jaki sposób zmieniły się odtwarzacze muzyki i telefony? Jakie cechy możemy uznać za wspólne? Efekt ich pracy podsumowujemy na tablicy tworząc listę kategorii tj. miniaturyzacja, ikonizacja mediów.

**Temat eseju:** Telewizja, radio, prasa współcześnie i 50 lat temu

**Lektura uzupełniająca:**

Z. Bajka, *Historia mediów*, Kraków 2008.



## 10. Wolna edukacja, otwarta nauka



**Cele i metody lekcji:** rozumienie potrzeby tworzenia otwartych zasobów edukacyjnych, umiejętność pracy zespołowej i pracy z tekstem.

**Pojęcia i główne treści:** Ruch wolnej kultury – określenie inicjatyw społecznych promujących wolną dystrybucję i modyfikację utworów w Internecie i mediach. Creative Commons – organizacja dążąca do kompromisu pomiędzy prawami autorów a wolnym dostępem do zasobów przez użytkowników sieci, założona w 2001 r. przez Lawrence'a Lessig'a. Polski oddział powstał w 2005 r. Otwarte Zasoby Edukacyjne – ang. Open Educational Resources, OER określenie materiałów edukacyjnych, do których istnieje w pełni otwarty dostęp dzięki objęciu ich wolnymi licencjami lub przeniesieniu do domeny publicznej i udostępnieniu za pomocą dowolnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych. Więcej zob. quiz edukacyjno-medialny dla uczniów *Wiedza z Internetu*. Zalecane jego przeprowadzenie w trakcie trwania lekcji.

**Pomoce do zajęć:** test ze zbioru quizów edukacyjno-medialnych opracowanych na potrzeby Olimpiady medialnej. Egzemplarze tekstu Kapsztadzkiej Deklaracji Otwartej Edukacji *Ku otwartym zasobom edukacyjnym*, 2007, <http://koed.org.pl/otwartaedukacja/deklaracja-kapsztadzka/>

**Praca w grupach:** rozdaj uczniom egzemplarze deklaracji kapsztadzkiej. To jeden z kluczowych dokumentów określających cele i metody ruchu OER, powstała jako efekt spotkania kilkudziesięciu przedstawicieli projektów otwartych zasobów edukacyjnych z całego świata w Kapsztadzie w 2007 r. Dokonajcie jego analizy najpierw w grupach, a potem wspólnie. Jakie zadania formułuje dokument w odniesieniu do nauczycieli i uczniów, polityków, autorów i wydawców? Na czym polega otwarta edukacja i jaką rolę mają w niej do odegrania nowe media?

**Temat eseju:** Uczniowie na rzecz otwartej edukacji. Co możemy zrobić dla wsparcia tej inicjatywy?

### Lektura uzupełniająca:

L. Lessig, *Wolna kultura. W jaki sposób wielkie media wykorzystują technologię i prawo, aby blokować kulturę i kontrolować kreatywność*, przeł. P. Białokozowicz, Warszawa 2005, wydanie sieciowe <http://www.futrega.org/wk/>

