

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	9
I. CEL BADAŃ I ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE	13
I.1. Cele	13
I.2. Metody badawcze	14
I.3. Dobór grupy badawczej	15
I.4. Metody badawcze na etapie pozyskiwania korpusów tekstowych	16
II. WNIOSKI Z ANALIZ JĘZYKOZNAWCZYCH DO WDRAŻANIA EDUKACJI MEDIALNEJ	19
II.1. Korelacje badań naukowych z praktyką edukacyjną	19
II.2. Językoznawcza analiza formy komunikatu i zawartości treści w kontekście założeń kompetencyjnych	19
II.3. Kompetencje medialne i informatyczne a badania naukowe	21
II.3.1. Kompetencja korzystania z informacji	21
II.3.1.A. Źródła informacji	21
II.3.1.B. Wyszukiwanie informacji	32
II.3.1.C. Podejście krytyczne do informacji	34
II.3.1.D. Wykorzystanie informacji	39
II.3.2. Kompetencja funkcjonowania jednostki w środowisku medialnym	42
II.3.2.A. Ja	42
II.3.2.B. Ja i inni	45
II.3.2.C. Ja i otoczenie	52
II.3.3. Kompetencja znajomości języka mediów	57
II.3.3.A. Językowa natura mediów	57
II.3.3.B. Funkcje komunikatów medialnych	61
II.3.3.C. Kultura komunikacji medialnej	63
II.3.4. Kompetencja umiejętności kreatywnego korzystania z mediów	64
II.3.4.A. Tworzenie	64
II.3.4.B. Przetwarzanie	68
II.3.4.C. Prezentowanie	68

II.3.5. Kompetencja znajomości etyki i wartości w komunikacji i mediach	69
II.3.5.A. Komunikacja i media jako przedmiot refleksji etycznej	69
II.3.6. Kompetencja znajomości zasad bezpieczeństwa w mediach	70
II.3.6.A. Ochrona prywatności i wizerunku	70
II.3.6.B. Bezpieczeństwo komunikacji, pracy i transakcji	70
II.3.6.C. Nadzór nad siecią	71
II.3.6.D. Uzależnienia i higiena korzystania z mediów	72
II.3.7. Kompetencja znajomości prawa w komunikacji i mediach	72
II.3.7.A. Rodzaje, źródła i praktyka stosowania prawa w kontekście mediów	72
II.3.7.B. Media a prawa człowieka, obywatela i dziecka	74
II.3.7.C. Prawa wyłączne i monopole intelektualne	75
II.3.7.D. Regulacje działalności operatorskiej w mediach (prawo telekomunikacyjne, radiofonia i telewizja, prawo prasowe, świadczenie usług drogą elektroniczną)	76
II.3.7.E. Prawa osób niepełnosprawnych	80
II.3.7.F. Ochrona danych osobowych i dóbr	80
II.3.8. Kompetencja znajomości ekonomicznych aspektów działania mediów	82
II.3.8.A. Rynek mediów i elementy polityki medialnej	82
II.3.8.B. Informacja jako dobro ekonomiczne	84
II.3.8.C. Finansowanie mediów i wybrane sposoby zarabiania w nowych mediach	85
II.3.9. Kompetencje cyfrowe	87
II.3.9.A. Budowa, działanie, obsługa i parametry urządzeń komputerowych	87
II.3.9.B. Korzystanie z oprogramowania	88
III. PRAKTYKA PRZEDSZKOLNEJ EDUKACJI MEDIALNEJ	89
IV. RECEPCJA MEDIÓW A EDUKACJA MEDIALNA W PRAKTYCE	91
IV.1. <i>Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych</i> (Fundacja Nowoczesna Polska)	91
IV.2. <i>Cyfrowa przyszłość, scenariusze lekcji</i> (Fundacja Nowoczesna Polska). Wydruk wybranych plików internetowych dostępnych na licencji creative commons na stronie: http://edukacjamedialna.edu.pl/	128

Korzystanie z informacji	129
• Skąd czerpiemy informacje?	129
Korzystanie z informacji	131
• Prawda i fałsz (krytyczne podejście do informacji)	131
Korzystanie z informacji	138
• Czy Czerwony Kapturek istnieje naprawdę? Prawda i fikcja w mediach	138
Relacje w środowisku medialnym.....	140
• Mogę Ci coś powiedzieć, mimo że Cię nie widzę	140
Język mediów	144
• Ja też mam swoją gazetę	144
Kreatywne korzystanie z mediów	149
• Animacja – robimy film rysunkowy	149
Kreatywne korzystanie z mediów	152
• Nagrywamy głosy	152
Etyka i wartości	154
• Dobrzy i źli bohaterowie	154
Prawo	157
• Prawo autorskie dla dzieci	157
Ekonomiczne aspekty działania mediów	161
• Co to jest reklama?	161
ANEKS	165
I. Zawartość przekazów medialnych	165
I.A. Artykuł z czasopisma	165
I.B. Transkrypcja tekstów z fragmentu audycji radiowej	165
I.C. Transkrypcja tekstów z filmu telewizyjnego	167
I.D. Transkrypcja tekstów z reklamy internetowej	182
II. Transkrypcje wypowiedzi będących skutkiem recepcji mediów	183
II.A. Transkrypcje wypowiedzi będących skutkiem recepcji artykułu z czasopisma	183
II.B. Transkrypcje wypowiedzi będących skutkiem recepcji fragmentu audycji radiowej	195
II.C. Transkrypcje wypowiedzi będących skutkiem recepcji filmu telewizyjnego	205
II.D. Transkrypcje wypowiedzi będących skutkiem recepcji reklamy internetowej	215
III. Transkrypcje wypowiedzi z pogłębionych wywiadów indywidualnych	225

III.A. Digitalizacja notatek nauczycielskich z rękopisu kwestionariuszowego	225
III.B. Transkrypcje z nagrań pogłębionych wywiadów indywidualnych	229
IV. Kwestionariusze zogniskowanego wywiadu grupowego	237
IV.A. Czasopismo	237
IV.B. Radio	237
IV.C. Telewizja	238
IV.D. Internet	238
V. Kwestionariusz indywidualnego pogłębionego wywiadu z dzieckiem	239
BIBLIOGRAFIA	243