Elżbieta Rogalska

Zarządzanie wiedzą nie tylko technologicznie Wybrane scenariusze zajęć edukacji medialnej

Abstract

Knowledge management is not only technologically. Selected scenarios of media education classes

The theme of not only technological knowledge management using selected scenarios in media education is important for the knowledge society and ethics. The labor market expects effects and efficacy, which is not the same as universal values such as friendship or brotherhood. Finding the meaning of man in a world dominated by knowledge and mass media is an important issue. Thus the purpose of this article is to present personal competence in knowledge management. The aim of the research is to enrich pedagogy with knowledge about (non) technological competencies in selected scenarios of media education. The method of document analysis was used. It has been argued that media education in selected scenarios emphasizes the role of man in knowledge management. As a result, four categories of objectives were addressed, both for personal and technological competence. The conclusion is that not only man is governed by knowledge but also manages this knowledge.

Key words: knowledge management, media education scenarios, knowledge society, ethics, labor market, values, personal competences

Wprowadzenie

W całości artykułu obowiązywać będzie następująca definicja wiedzy: „ogół wiadomości i umiejętności wykorzystywanych przez jednostki do rozwiązywania problemów. Obejmuje zarówno elementy teoretyczne, jak i praktyczne, ogólne zasady i szczegółowe wskazówki postępowania”¹. Za najważniejszą kompetencję zarządzania, a więc tą, którą musi mieć menadżer, uznano za Adamem Dębowskim „radzenie sobie z oporem ludzi i zarządzanie zmianą”². Artykuł opowiada się za twierdzeniem, że bez człowieka wiedza byłaby bezużyteczna.

Celem badań było wzbogacenie pedagogiki o wiedzę o (nie)technologicznych kompetencjach występujących w wybranych scenariuszach zajęć edukacji medialnej. Postawiona teza: edukacja medialna w scenariuszach zajęć uwydatnia rolę człowieka w zarządzaniu wiedzą. Podjęty problem badawczy ma ważne znaczenie, ponieważ europejska gospodarka oparta na wiedzy nie jest precyzyjnie zdefiniowana, a spowodowała powstanie społeczeństwa wiedzy. Kluczowe wydaje się zatem odnalezienie roli człowieka w świecie, w którym wiedza to dominant na drodze poszukiwania spełnienia zawodowego, szczególnie że edukacja kształtuje człowieka od najmłodszych lat. Konkludując, człowiek powinien umieć korzystać z zasobów wiedzy, które rok w rok poszerzają się, co czyni z nich ogrom informacji, często będących nie do przyswojenia, gdyż występują w nadmiarze.

Tło teoretyczne

Zarządzanie wiedzą kojarzone jest przede wszystkim z wdrożeniem nowości technologicznych, jak np. system ERP. Choć niewątpliwie ułatwia on współpracę dzięki zastosowaniu zintegrowanego systemu informatycznego zarządzania, nie jest kluczowym zagadnieniem w zarządzaniu wiedzą. Mam tutaj na myśli głównie system zintegrowany, a więc umożliwiający działanie wielu osób równocześnie na jednej platformie, którzy widzą to samo, a wszelkie zmiany pojawiają się natychmiast, jeszcze w trakcie ich wprowadzania³. Jednak co w sytuacji, kiedy dana osoba nie umie korzystać z wdrożonego systemu zarządzania? Beata Mierzejewska pisze: „Tymczasem zarządzanie wiedzą polega bardziej na dostarczaniu poszczególnym pracownikom konkretnej wiedzy, potrzebnej im do wykonywania zadań, oprócz wymiany i przechowywania informacji obejmuje także dzielenie się

¹ G. Probst, S. Raub, K. Romhardt, *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Kraków 2002, s. 35.

² A. Dębowski, *Proste ale ważne w zarządzaniu!*, Gliwice 2017, s. 12.

³ P. Lech, *Zintegrowane systemy zarządzania ERP/ERP II*, Warszawa 2003.

interpretacjami, wnioskami czy ideami”⁴. Oznacza to, że w zarządzaniu wiedzą kluczowym zagadnieniem jest osoba. Zarządzanie wiedzą można więc określić mianem przygotowania informatycznego nauczycieli – w przypadku oświaty lub szerzej pracowników.

Zarządzanie wiedzą w oświacie jest bezpośrednio związane z europejską gospodarką opartą na wiedzy, która zakłada jednocześnie, że wiedza jest wyznacznikiem konkurencyjności przedsiębiorstw oraz że to osoby fizyczne odgrywają kluczową rolę w wykorzystywaniu i krzewieniu wiedzy⁵. Oznacza to, że zarządzanie wiedzą bez osoby, która by tę wiedzę umiała przekazać, byłaby tylko technologicznym rytasem, umożliwiającym powstanie przewagi Europy nad resztą świata. Jednocześnie wyznacza brak precyzji w pojmowaniu europejskiej gospodarki opartej na wiedzy. Konkludując, założenie, że wiedza ma przynieść przewagę przedsiębiorstwom w Europie, nie jest równoznaczne ze spełnieniem tej roli, a wręcz sugeruje, że jakaś osoba musi tę wiedzę w konkretny sposób przekazać. Całość tezy obliгуje do zwiększenia obiegu wiedzy, nie tylko technologicznej, w systemie szkolnictwa. Tylko co teraz – w rzeczywistości dwukrotnego zwiększenia ilości wiedzy, jaką człowiek powinien znać? Czy jest możliwe poznanie dużej ilości wiedzy przez człowieka? Wydaje się oczywiste, że człowiek w dobie cyfryzacji i połączenia jej z Europą Wiedzy powinien zgłębiać wiedzę z konkretnej dziedziny, konkretnego zakresu, czyli być specjalistą/ekspertem w danej wąskiej dziedzinie. Oznacza to, że potrzeba na rynku nie tyle fachowca, co szeregu fachowców, którzy w połączeniu, przy dobrej komunikacji między sobą stworzą jedność. Konkludując, szereg wąskich specjalności w połączeniu w jedno ma stworzyć eksperta. Ekspert ten składałby się z kilku osób.

Oświata jako instytucja z założenia zajmująca się krzewieniem wiedzy tak pojmuje jej istotę, jest: „podstawowym zasobem, którym może dysponować i przy pomocy którego może uzyskiwać przewagę konkurencyjną w obszarze swojego funkcjonowania”⁶. Zatem wiedza jest produktem mającym zapewniać sukces w konkretnej dziedzinie, której dotyczy. Oznacza to, że wiedza zapewnia człowiekowi osiągnięcie określonego celu, jeśli tylko ten zdoła się jej nauczyć. Zatem bez człowieka wiedza nie miałaby istoty, nie byłaby użyteczna. Widać to zresztą wyraźnie w momentach, kiedy uczelnie wywalają na śmietnik książki, które nie są czytane od lat i tylko zajmują miejsce w bibliotece. Konkludując, człowiek jest niezbędny do tego, żeby wiedza funkcjonowała i była czymś użytecznym. Przykład

⁴ B. Mierzejewska, *Czym (nie) jest zarządzanie wiedzą?*, „E-mentor” 2004, nr 1 (3).

⁵ Z. Madej, *Gospodarka oparta na wiedzy wkracza w świat paradygmatów*, [w:] *Teoria i praktyka ekonomii, a konkurencyjność gospodarowania*, red. E. Frejtag-Mika, Warszawa 2006, s. 17.

⁶ D. Hendzel, *Szkoła wyższa jako organizacja oparta na wiedzy*, [w:] *Uczelnia oparta na wiedzy*, red. T. Gołębiowski, M. Dąbrowski, B. Mierzejewska, Warszawa 2005, s. 135.

bibliotek wyrzucających książki uwydatnia tylko potrzebę człowieka w dobie społeczeństwa wiedzy, bez odbiorcy wiedzy wytworzonej przez innego człowieka wiedza ta przestaje pełnić istotną rolę. Podobne twierdzenie wysnuła B. Mierzejewska z P. Płoszajskim: „O przewadze konkurencyjnej decyduje jednak nie sam fakt posiadania wiedzy, lecz umiejętność jej zastosowania w odpowiedniej sytuacji. Wiedza niewykorzystana jest bowiem bezużyteczna”⁷. Oznacza to, że bezużyteczne są nie tylko wiedza bez odbiorcy, ale również brak umiejętności stosowania przyswojonej wiedzy do konkretnej sytuacji.

W projekcie badawczym podjęto się zatem zadania przejrzenia jedenastu scenariuszy zajęć Edukacji Medialnej w celu wyodrębnienia informacji na temat tego, jakich kompetencji (nie)technologicznych uczy przedmiot w kontekście zarządzania wiedzą. O tym w kolejnych rozdziałach.

Metodologia badań

Badania zostały przeprowadzone zgodnie z założeniami metody badań dokumentów⁸. Metoda ta zakłada opis danych znalezionych w woluminach, książkach, rękopisach i tym podobnych dokumentach⁹. Oznacza to, że zbadano jedenaście scenariuszy zajęć z edukacji medialnej, które zostały zamieszczone w książce *Edukacja medialna. Scenariusze zajęć* autorstwa Ewy Grzesiak, Renaty Janickiej-Szyszko oraz Magdaleny Stebleckiej¹⁰. Uznano, że scenariusze zawarte w tej książce zostały sprawdzone przez rzetelnych redaktorów, zatem można je uznać za dobry materiał do badań. Scenariusze poruszają następujące tematy: potrzeba korzystania z telewizji, telewizja, media w życiu człowieka, przekaz mediów, krytyczna analiza informacji w mediach, internet, przenoszenie informacji, współczesna prasa, prasa kobieca, zagrożenia mediów, informacja w życiu człowieka.

Badanie zostało podzielone na trzy etapy:

1. Wyodrębniono cele scenariuszy.
2. Do wyodrębnionych celów scenariuszy przypisano: czy dotyczą kompetencji technologicznych, czy osobowych.
3. Przypisano do poszczególnych celów numery scenariuszy. Badania przeprowadzono w zakresie prywatnym, z całodobowym dostępem do badanej książki.

⁷ B. Mierzejewska, P. Płoszajski, *Wiedza jako źródło przewagi konkurencyjnej uczelni*, [w:] *Uczelnia oparta na wiedzy*, dz. cyt., s. 105.

⁸ T. Pilch, *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa 1998, s. 85.

⁹ Tamże.

¹⁰ E. Grzesiak, R. Janicka-Szyszko, M. Steblecka, *Edukacja medialna. Scenariusze zajęć*, Gdańsk 2005.

Rezultaty

Jedenaście scenariuszy poruszyło łącznie cztery cele. Były to następujące cele zajęć edukacji medialnej: świadomość odbiorcy; przenoszenie informacji; krytyczne myślenie; umiejętności. Dwa cele, mianowicie przenoszenie informacji oraz umiejętności, poruszają temat zarówno kompetencji technologicznych, jak i osobowych. Pozostałe cele scenariuszy dotyczą kompetencji osobowych, są to: świadomość odbiorcy, krytyczne myślenie. Świadomość myślenia została poruszona w siedmiu tematach, kolejno: 1, 2, 4, 5, 7, 9, 10. O przenoszeniu informacji była mowa w trzech tematach, kolejno: 3, 8, 11. Krytyczne myślenie zostało poruszone w jednym temacie – numer 5. O umiejętnościach traktował temat numer 6.

Widać zatem wyraźnie, że wybrane scenariusze zajęć z edukacji medialnej skupiają się na świadomości odbiorcy. Oznacza to, że dla edukacji medialnej bardziej istotny jest czynnik osobowy, które to kompetencje osobowe zostały poruszone w każdym temacie i w każdym celu. Dodatkowo kategoria celów: świadomość odbiorcy uwypukla celowość tematów poruszanych na zajęciach z zakresu edukacji medialnej.

W kolejnym rozdziale wykazę wnioski płynące z rezultatów i zaprezentowanej wcześniej literatury przedmiotu. Spróbuję również zweryfikować postawioną tezę.

Dyskusja

Andrzej Mleczek pisał: „W każdym demokratycznym kraju funkcjonują trzy oficjalne władze: ustawodawcza, wykonawcza i sądownicza. Ale istnieje jeszcze jedna, nieoficjalna, o wiele bardziej okrutna i bezwzględna, a co gorsza pozbawiona jakiegokolwiek nadzoru i kontroli. Tą władzą są media albo raczej środki masowego przekazu”¹¹. Cytat ten oddaje sedno przeprowadzonych badań. Niezwykle ważne wydaje się to, jaka jest rola i istota człowieka w dobie społeczeństwa wiedzy, które niejako zostało wykreowane przez czwartą władzę. Oznacza to, że zarządzanie wiedzą odbywa się poprzez mass media. Ich odbiorca jest zarządzany wiedzą, którą te mass media dostarczają. Jednak należy pamiętać, że prezentowana w nich wiedza jest selekcyonowana przez człowieka. To właśnie osoba zarządzająca mass mediami kreuje wiedzę, wybiera informacje, które będą przekazywane przez jego kanał informacji. Zatem mass media są środkiem, dzięki któremu nadawca zarządza odbiorcą.

¹¹ A. Mleczek, *Wstęp*, [w:] tegoż, *Media – czwarta władza*, Kraków 2001.

Edukacja medialna w scenariuszach zajęć uwypukliła kompetencje osobowe. Można więc wysnuć wniosek, że edukacja medialna w scenariuszach zajęć uwydatnia rolę zasobów ludzkich w zarządzaniu wiedzą. Zatem osoba myśląca jest elementem niezbędnym do tego, żeby wiedza była czymś użytecznym¹². Twierdzenie to prowadzi do wniosku, że technologia jest postęphem, stanowi istotny element przekazywania wiedzy, jednak to człowiek jest kluczem do zarządzania wiedzą. Tylko on może przekazać wiedzę w określony sposób, może wybrać określone tematy, a dodatkowo wytyczyć określone cele, które ma taka wiedza wywołać u odbiorcy. Oznacza to, że bez drugiego człowieka, a więc odbiorcy informacji technologia, a z nią wiedza, nie istniałyby. Nieistnienie to zawdzięczałyby niewystępowaniu potrzeby posiadania tej wiedzy. Zatem Adam Dębowski ma rację, pisząc, że to zarządzanie ludźmi, a nie zarządzanie wiedzą, jest kluczowe¹³. W wyniku wiedza to nie tylko produkt, ale również sposób kierowania ludźmi. Widzimy więc wyposażonego w wiedzę fachowca, który dodatkowo ma umiejętności komunikacyjne i potrafi przekazać tę wiedzę innemu konsumentowi. Po drugiej stronie stoi osoba mająca możliwość przyswojenia wiedzy w określony sposób. Konkludując, wiedza będzie użyteczna tylko wtedy, kiedy nastąpi korelacja między umiejętnością przekazu informacji przez wyposażonego w wiedzę nadawcę a sposobem przyswajania informacji przez odbiorcę tej wiedzy. Koncepcje wymienionych badaczy są zbieżne z celami, jakie prezentują wybrane scenariusze z zakresu edukacji medialnej. Akcentują one przede wszystkim potrzebę nauczania świadomości odbierania treści płynących z wiedzy przekazywanej przez mass media. Eksponują wartość zdolności do krytyki odbieranych informacji, np. „Programy typu *reality-show* i niektóre teleturnieje odrzucają wartości ogólnie cenione, na przykład przyjaźń, pomoc, współczucie, a w zamian preferują egoizm, materializm, dążenie do celu za wszelką cenę”¹⁴. Zatem edukacja medialna uczy krytycznego myślenia. Można więc wnioskować, że robi to nie bez powodu. Prawdopodobnie jest to właśnie wynik nie tylko szerzenia kompetencji osobowych na równi z technologicznymi, ale również dostrzegania, że poprzez mass media wiedza może zmienić swój dynamizm z zarządzania wiedzą na zarządzanie człowiekiem. Jednak warto mieć na uwadze poruszaną kwestię, w której to druga osoba może zaprezentować z pomocą mass mediów określoną treść. Jest tak, ponieważ wiedza sama z siebie nie może powstać – ktoś musi ją stworzyć. Gdyby poszukać twórcy konkretnej informacji, zawsze dotarłoby się do źródła, którym byłaby myśląca.

¹² B. Mierzejewska, P. Płoszajski, *Wiedza jako źródło przewagi konkurencyjnej uczelni*, [w:] *Uczelnia oparta na wiedzy*, red. T. Gołębiowski, M. Dąbrowski, B. Mierzejewska, dz. cyt., s. 105.

¹³ A. Dębowski, *Proste ale ważne w...*, dz. cyt., s. 12.

¹⁴ E. Grzesiak, R. Janicka-Szysko, M. Steblecka, *Edukacja medialna...*, dz. cyt., s. 16.

Współczesny świat wytworzył społeczeństwo wiedzy. Spowodowało to wzrost osób z wyższym wykształceniem, co uznano za dobry przejaw dla organizacji, gdyż człowiek wykształcony to człowiek z wiedzą przydatną dla organizacji¹⁵. Ponownie akcentuje się rolę człowieka w społeczeństwie wiedzy. To istota ludzka posiada wiedzę, którą może wykorzystać. Edukacja medialna, która tworzy scenariusze uczące przede wszystkim kompetencji osobowych, takich jak krytyczne myślenie czy świadomość odbioru treści jest zbieżna w celach z organizacjami, które poszukują ludzi potrafiących nie tylko wykorzystać zdobytą wiedzę, ale także ją selekcjonować i przetwarzać dla własnych potrzeb i potrzeb przedsiębiorstwa. Oznacza to również, że edukacja medialna jest związana z rynkiem pracy. Wiedza tym samym przestaje być produktem do wyrzucenia na śmietnik i staje się przydatnym zasobem, którego poszukują różnego rodzaju przedsiębiorcy.

Inną perspektywę można zauważyć w kontekście etyki¹⁶. Mianowicie dla większości przedsiębiorstw liczy się zysk, a zatem efektywność oraz wypełnianie powierzonych zadań czy też modne teraz skreślanie wykonanych celów¹⁷. Wybrane scenariusze z zakresu edukacji medialnej wyraźnie pokazują, że bierne przyswajanie wiedzy, bez jej rozumienia oraz krytycznego spojrzenia na to, co sobą prezentuje ta wiedza, niesie zagrożenie w postaci wyparcia ważnych wartości w życiu człowieka na rzecz rywalizacji i dążenia do zysku¹⁸. Oznacza to, że z jednej strony rynek pracy dostrzega, że to człowiek jest wartością, jeśli zdobył określoną wiedzę, a z drugiej strony to odpowiednia postawa tego człowieka mającego określoną wiedzę jest dla przedsiębiorstw kluczowa.

Podsumowując, istota ludzka, która posiada wiedzę, powinna poddać ją krytyce i rozważyć etycznie w duchu wyznawanych przez siebie wartości. Wiedza jest produktem, który bez potrzeby wytworzonej przez człowieka nie miałby racji bytu. Jednak osoba bez określonej wiedzy miałaby trudności z odnalezieniem się na rynku pracy. Edukacja medialna uwydatnia kompetencje osobowe w ramach zarządzania wiedzą. Świadomość odbiorcy jest kluczowa dla edukacji medialnej. To właśnie człowiek ma tworzyć rzeczywistość z pomocą wiedzy, a nie wiedza ma budować perspektywy człowieka na przyszłość. Konkludując, edukacja medialna w scenariuszach zajęć uwydatnia rolę człowieka w zarządzaniu wiedzą, co jest równoznaczne z tym, że zarządzanie wiedzą to nie tylko kwestia kompetencji technologicznych.

¹⁵ Ł. Gajewski, *Otwarte Innowacje jako nowy paradygmat w procesach innowacyjnych*, „Studencie Prace Prawnicze, Administratywistyczne i Ekonomiczne” 2010, nr 7, s. 58.

¹⁶ W. Gasparski (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Warszawa 2012.

¹⁷ J.R. Schermerhorn, *Zarządzanie. Kluczowe koncepcje*, Warszawa 2008, s. 22.

¹⁸ E. Grzesiak, R. Janicka-Szysko, M. Steblecka, *Edukacja medialna...*, dz. cyt, s. 16.

BIBLIOGRAFIA

Wydawnictwa zwarte:

- Dębowski A., *Proste ale ważne w zarządzaniu!*, Gliwice 2017.
- Gasparski W. (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Warszawa 2012.
- Grzesiak E., Janicka-Szysko R., Steblecka M., *Edukacja medialna. Scenariusze zajęć*, Gdańsk 2005.
- Hendzel D., *Szkoła wyższa jako organizacja oparta na wiedzy*, [w:] *Uczelnia oparta na wiedzy*, red. T. Gołębiowski, M. Dąbrowski, B. Mierzejewska, Warszawa 2005.
- Lech P., *Zintegrowane systemy zarządzania ERP/ERP II*, Warszawa 2003.
- Madej Z., *Gospodarka oparta na wiedzy wkracza w świat paradygmatów*, [w:] *Teoria i praktyka ekonomii a konkurencyjność gospodarowania*, red. E. Frejtag-Mika, Warszawa 2006.
- Mierzejewska B., Płoszajski P., *Wiedza jako źródło przewagi konkurencyjnej uczelni*, [w:] *Uczelnia oparta na wiedzy*, red. T. Gołębiowski, M. Dąbrowski, B. Mierzejewska, Warszawa 2005.
- Mleczek A., *Wstęp*, [w:] tegoż, *Media – czwarta władza*, Kraków 2001.
- Pilch T., *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa 1998.
- Probst G., Raub S., Romhardt K., *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Kraków 2002.
- Schermerhorn J.R., *Zarządzanie. Kluczowe koncepcje*, Warszawa 2008.

Artykuły prasowe i okolicznościowe:

- Gajewski Ł., *Otwarte Innowacje jako nowy paradygmat w procesach innowacyjnych*, „Studenckie Prace Prawnicze, Administratywistyczne i Ekonomiczne” 2010, nr 7.
- Mierzejewska B., *Czym (nie) jest zarządzanie wiedzą?*, „E-mentor” 2004, nr 1 (3).