

Uwaga i jej wartość

WIEDZA W PIGUŁCE

Zastanów się, ile informacji dociera do ciebie każdego dnia. Lekcje z kilku przedmiotów, plotki z koleżankami na przerwach, książki, filmy, audycje w telewizji lub radiu, reklamy na ulicach i linki od znajomych na portalach społecznościowych — „przetwarzamy” mnóstwo danych. Nieograniczony dostęp do wiedzy jest zjawiskiem pozytywnym. Wiązać się może też jednak z przesytom informacjami oraz niebezpieczeństwem manipulacji. Jak to działa?

Komunikaty, jakie napływają do nas, pochodzą z bardzo różnych źródeł i dotyczą rozmaitych rzeczy i tematów. W jednej chwili dowiadujesz się o rezultacie wyborów gdzieś na świecie, wyniku meczu koszykówki lub premierze filmu na ważnym festiwalu, esemesujesz i przygotowujesz referat. Jesteśmy w stanie jednak przyjąć tylko określoną ilość informacji. Ponadto im więcej informacji, tym mniej czasu na dokładne zapoznanie się z nimi. Nie jesteś w stanie zapamiętać wszystkich informacji, które do ciebie trafiają. Inaczej kojarzysz i oceniasz różne fakty — nie wszystkie popularne wiadomości, z którymi się stykasz, są ci potrzebne.

W związku z tym nasza uwaga (czyli czas i energia poświęcone danej informacji) jest bardzo cenna. W internecie to właśnie uwaga użytkowników jest czymś, co można kupować i sprzedawać. Jednocześnie uwaga jest walutą, którą płaci się w sieci. W ten sposób działają reklamy w internecie. To, ile strona jest warta, zależy od liczby przeglądających ją osób. Posiadacz strony sprzedaje więc dostęp do użytkowników. Podobnie działają wyszukiwarki internetowe — można płacić za pozycjonowanie stron jak najwyżej w wynikach wyszukiwania. Im dalej znajduje się informacja, tym mniejsze prawdopodobieństwo, że użytkownik do niej dotrze.

Internet zmienił sposób dostępu do informacji. Wiadomości na portalach i prywatnych blogach są aktualizowane 24 godziny na dobę. Można zapoznać się z faktami na bieżąco, a nie np. czekać na wydanie dziennika następnego dnia. Dzięki internetowi właściwie każdy jest nadawcą, a więc dzieli się informacjami z innymi. Kiedy np. opisujesz jakieś wydarzenie i wrzucasz notkę na bloga, dajesz w ten sposób innym możliwość zapoznania się z czymś interesującym. Ktoś przekazuje tę informację, ktoś inny z niej korzysta i tworzy na jej podstawie coś nowego. W ten sposób działa kultura darów — „prezent” staje się częścią większej całości.

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Oznacz zdania jako:

- Za pomocą specjalnych technik możemy osiągnąć nieograniczone zasoby uwagi. [Prawda/Fałsz]
- Popularność treści w internecie zawsze świadczy o ich wartości, im coś bardziej wartościowe, tym ludzie częściej się tym dzielą. [Prawda/Fałsz]
- Uwaga jest jak waluta, którą możemy płacić w mediach. [Prawda/Fałsz]
- Im więcej dociera do nas informacji, tym pojemniejsza staje się nasza uwaga. [Prawda/Fałsz]

- Oglądając reklamy, płacimy swoją uwagę. [Prawda/Fałsz]
- W internecie można być nadawcą i odbiorcą informacji. [Prawda/Fałsz]
- Mechanizm pozycjonowania stron, czyli umieszczanie ich wyżej w wyszukiwarce działa, bo łatwiej na te strony zwrócić uwagę. [Prawda/Fałsz]
- Internet ułatwia wymianę informacji między ludźmi. [Prawda/Fałsz]
- Oglądanie reklam przez użytkowników internetu to przykład wymiany w ramach kultury darów. [Prawda/Fałsz]

SŁOWNICZEK

- **pozycjonowanie stron:** działania mające na celu osiągnięcie jak najwyższej pozycji w wynikach wyszukiwarek internetowych.

Tekst: Joanna Ruta Baranowska, scenariusz: Weronika Paszewska, konsultacja merytoryczna: Anna Gruhn. Materiał pochodzi z serwisu edukacjamedialna.edu.pl prowadzonego przez [Fundację Nowoczesna Polska](#).

Udostępniono na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach 3.0](#).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/uwaga-i-jej-wartosc/>.

Publikacja zrealizowana w ramach projektu Cyfrowa Przyszłość, dofinansowanego ze środków Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Podstawa programowa:

Wiedza o społeczeństwie, III poziom edukacyjny
Treści nauczania
Gospodarka rynkowa.

Informatyka, III poziom edukacyjny
Cele kształcenia
V. Ocena zagrożeń i ograniczeń, docenianie społecznych aspektów rozwoju i zastosowań informatyki.

Nowa podstawa programowa:

Wiedza o społeczeństwie, IV-VIII klasa
Treści nauczania
Uczeń znajduje w mediach wiadomości na wskazany temat; odróżnia informacje o faktach od komentarzy i opinii; wyjaśnia, na czym powinna polegać rzetelność dziennikarzy.

Etyka, IV-VIII klasa
Treści nauczania
Uczeń objaśnia, czym jest społeczna odpowiedzialność biznesu.

Wychowanie do życia w rodzinie, IV-VIII klasa
Treści nauczania
Uczeń świadomie i odpowiedzialnie korzysta ze środków społecznego przekazu, w tym z internetu, dokonując wyboru określonych treści i limitując czas im poświęcany.

Edukacja dla bezpieczeństwa, liceum i technikum
Treści nauczania
analizuje objawy różnych rodzajów uzależnień behawioralnych, w tym uzależnienie od komputera, internetu, hazardu.