

SUMED zmienia sposób, w jaki uczymy mediów

Projekt „Sustainable Multidimensional Media Contents” (SUMED) to ambitne przedsięwzięcie edukacyjne, w które zaangażował się Uniwersytet Gdański. Od 2022 roku cztery europejskie uczelnie oraz polski lider projektu wspólnie pracują nad tym, jak uczyć dziennikarstwa, PR i produkcji medialnej w duchu zrównoważonego rozwoju. O kulisach współpracy, najważniejszych wnioskach i zmianach w edukacji medialnej, z dr Beatą Czechowską-Derkacz z Instytutu Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, kierowniczką projektu z ramienia UG, rozmawia Sylwia Dudkowska-Kafar



Doktor Beata Czechowska-Derkacz

Fot. Sebastian Jętczak

► **Projekt SUMED trwał trzy lata. Czy był moment, w którym zobaczyła pani, że zmiana standardów kształcenia w edukacji medialnej na społeczne i środowiskowe wezwania do zrównoważonego rozwoju, a także zdrowia i dobrostanu w pracy naprawdę się zaczyna?**

Ważnym momentem była dla mnie analiza ankiet ewaluacyjnych po pilotażowych kursach. Wypełniło je dziewięćdziesiąt pięć procent uczestników kursów, co pozwala na wyciąganie miarodajnych wniosków. W refleksjach uczestników było widać zmianę sposobu myślenia. Niektórzy studenci pisali, że po raz pierwszy spojrzeli na media jako przestrzeń odpowiedzialności społecznej, a nie wyłącznie narzędzie przekazu. Zaczęli dostrzegać złożoność wyzwań związanych ze zrównoważonym rozwojem, zauważać powiązania między decyzjami redakcyjnymi a realnym wpływem na ludzi i środowisko. Podkreślali, że kursy skłoniły ich do krytycznej autorefleksji – do zadania sobie pytania, jakimi profesjonalistami chcą być i jakie wartości chcą wnieść do swojej przyszłej pracy. To był moment, w którym zobaczyłam, że zmiana nie jest już tylko ideą zapisaną w projekcie. Że wiedza i nasza praca przekładają się na świadomość, a świadomość przekłada się na odpowiedzialność.

► **W booklecie podkreśla pani jednak, że świadomość studentów w zakresie zrównoważonego rozwoju jest nierównomierna. Co najbardziej panią zaskoczyło?**

Zacznę od tego, co mnie nie zaskoczyło. Zrównoważony rozwój zdecydowanej większości studentów, a myślę, że również większości społeczeństwa, kojarzy się niemal wyłącznie z ochroną środowiska, z pominięciem obszaru społeczne-

go i ekonomicznego. Trzeba było wprowadzić moduły omawiające zrównoważony rozwój jako całościową ideę, aby osadzić ją w świadomości studentów. Zaskoczyło mnie natomiast, że studenci różnicowali swoją wiedzę w obrębie poszczególnych zagadnień. Najlepiej rozumieli problematykę nierówności społecznych. Widać było, że kwestie równości, wykluczenia czy dostępu do zasobów są im bliskie, wyczuwają je intuicyjnie i mocno osadzają je we własnych doświadczeniach oraz obserwacjach współczesnego świata.

Natomiast zrównoważony rozwój społeczny, choć teoretycznie bardzo blisko związany z nierównościami, został wskazany jako najmniej zrozumiały. To zestawienie pokazało, że o ile studenci świetnie wyczuwają pewne problemy społeczne, o tyle bardziej złożone, systemowe ujęcia, takie jak myślenie o długofalowych procesach, współzależnościach i odpowiedzialności instytucjonalnej, wymagają więcej czasu, tłumaczenia i pracy na konkretnych przykładach. To cenna lekcja na przyszłość: nie wystarczy mówić o wartościach, trzeba je osadzać w praktyce, pokazywać ich konsekwencje i uczyć, jak przekładają się na codzienne decyzje zawodowe.

► **W jednym z wywiadów wspomina pani, że jeśli chodzi o osadzanie wartości w praktyce, najsukcesowniejsza okazuje się metoda projektowa. Co takiego jest w pracy projektowej, że lepiej niż wykład uruchamia ona myślenie o odpowiedzialności w mediach?**

Praca projektowa ma w sobie coś, czego żaden, nawet najlepszy wykład, nie jest w stanie zastąpić: doświadczenie realnego działania. Kiedy studenci dostają zadanie projektowe, przestają być jedynie odbiorcami wiedzy, a stają się jej

współtwórcami. Muszą zaplanować proces, podzielić się rolami, zmierzyć się z ograniczeniami czasu i zasobów, reagować na nieprzewidziane sytuacje. A przede wszystkim – muszą wziąć odpowiedzialność za efekt, który będzie widoczny, oceniany i często publiczny. To właśnie w takich warunkach zaczyna się uruchamianie myślenia o odpowiedzialności w mediach. Bo nagle decyzje nie są abstrakcyjne – mają konsekwencje. Źle dobrany kadr, nieprecyzyjna informacja, brak konsultacji z zespołem czy nieuwzględnienie perspektywy odbiorcy przestają być teoretycznymi błędami, a stają się realnymi problemami, które trzeba naprawić. Studenci widzą, jak ich wybory wpływają na jakość przekazu, na odbiór treści, na wiarygodność.

I – co bardzo istotne – projekty uczą kreatywności oraz dają przestrzeń na błąd, ale taki, który uczy. W bezpiecznych warunkach akademickich studenci mogą eksperymentować, testować, szukać własnego języka i stylu. Zmieniać media na lepsze.

► **Wróćmy jeszcze do poprzedniego tematu: jak pani interpretuje fakt, że studenci najlepiej rozumieli nierówności społeczne, a najslabiej – zrównoważony rozwój społeczny jako całościową ideę?**

Można to interpretować jako sygnał, że studenci poruszają się pewnie w obszarach, które są mocno obecne w przestrzeni publicznej, takich jak nierówności społeczne, dyskryminacja czy wykluczenie. Te tematy są dziś szeroko komentowane w mediach, w debatach społecznych, w kulturze popularnej. Młodzi ludzie mają z nimi styczność na co dzień, często także w swoich własnych doświadczeniach, dlatego ich rozumienie jest głębokie i intuicyjne, ale nie kojarzą tego

obszaru z ideą zrównoważonego rozwoju.

Zrównoważony rozwój, jak wcześniej wspomniałam, jest kojarzony niemal wyłącznie ze zmianami klimatycznymi i szerzej – z ochroną środowiska, a to tylko jeden z jego aspektów. Nie mniej istotny, a dla mnie jako przedstawicielki nauk społecznych nawet ważniejszy, jest szeroki obszar społeczny. Obejmuje on kwestie, które nie zawsze są widoczne na pierwszy rzut oka: wellbeing, kulturę szacunku, odpowiedzialność instytucji, etykę pracy, długofalowe myślenie o jakości życia i relacjach społecznych. Edukacja w zakresie zrównoważonego rozwoju musi być zatem kompleksowa, nie może ograniczać się do haseł. Musi być procesem systematycznym, konsekwentnym, opartym na przykładach i dialogu. Dopiero, gdy studenci zobaczą, jak abstrakcyjne pojęcia przekładają się na ich przyszłą pracę, relacje zawodowe czy odpowiedzialność instytucjonalną, zaczynają je rozumieć i traktować jako część własnego profesjonalnego kompasu.

► **W nawiązaniu do przykładów przypomnijmy, że w ramach kursów powstały konkretne projekty, których efektami były strategie PR, podcasty, reportaże, materiały wideo. Który z nich szczególnie zapadł pani w pamięć?**

Metodą projektową studenci pracują na większości moich zajęć, ale najbardziej widoczne efekty przynosi seminarium projektowe. W ramach mojego seminarium projektowego powstały reportaże radiowe i telewizyjne, podcasty, cykle wywiadów, a także strategie PR – każdy z tych formatów wymagał innego rodzaju wrażliwości, odpowiedzialności i kreatywności. Studenci musieli zmierzyć się z realnymi historiami, prawdziwymi rozmówcami, dylematami etycz-

nymi, a także z presją czasu i oceną odbiorców. To było widać w ich pracy: w starannie przygotowanej dokumentacji, doborze tematów i trosce o rzetelność. Miałam także często wątpliwości, czy tak młodzi ludzie, a jest to seminarium licencjackie, uniosą tak trudne tematy, które wybierają. Moje obawy okazały się niepotrzebne.

Powstały prace, które zapadają w pamięć i stanowią coś w rodzaju głosu pokolenia na ważne dla naszych studentów tematy. Jedną z nich był poruszający reportaż radiowy o freeganizmie – „Wyrzuty jedzenia wobec sumienia” autorstwa Kamili Fabianowicz i Natalii Kołodziej na temat współczesnego konsumpcjonizmu i marnowania żywności. Aleksandra Gwiazda i Paulina Kozień przygotowały znakomity cykl wywiadów telewizyjnych: „Muzułmanki w Polsce – herstorie”. Opowiedziały w nim historie trzech niezwykłych kobiet, dla których religia jest ważnym kompasem moralnym. Kaliksta Bucholc zrealizowała reportaż radiowy o portalach randkowych: „Samotność na randce”, w którym poruszyła temat niezobowiązujących relacji i ich konsekwencji dla młodych ludzi. Magdalena Harsimowicz przygotowała reportaż radiowy: „Aborcja oczami kobiet” – dotarła do kobiet, które zechciały się podzielić traumatycznymi doświadczeniami z tak młodą osobą. Alex Madej i Jakub Pajka na swoim portalu internetowym, który stworzyli od podstaw, zaprezentowali reportaż: „Dokąd zmierza motoryzacja – prawda o samochodach elektrycznych”. Wiktoria Dziurdź, Julia Gulbicka i Maciej Kraus podjęli się stworzenia i wdrożenia strategii PR dla Akademickiego Związku Sportowego UG.

Pamiętam niemal wszystkie studenckie projekty, każdy z nich ma swoją wartość, ale nie sposób je wszystkie wymienić. Najbardziej

poruszyły mnie jednak nie tyle pojedyncze prace, ile moment, w którym zobaczyłam, że studenci zaczynają traktować swoje projekty jak profesjonalne materiały medialne – nie ćwiczenia na zaliczenie, lecz treści, które chcą przekazać swoim kolegom i szerokiemu gronu odbiorców.

Muszę także dodać, że seminaria projektowe rozpoczął jako pierwszy w naszym Instytucie doktor habilitowany Konrad Knoch, u którego powstają wyjątkowe projekty, a od tego roku akademickiego prowadzi je również doktor Dominika Rafalska.

Każdy projekt wymaga od studentów dokładnego researchu, zaplanowania pracy, wdrożenia (prezentacji efektów szerokiej publiczności, a często także przygotowania eventu), ewaluacji oraz opisu działań. To profesjonalne wyzwanie, ale studenci podkreślają, że daje im to ogromną satysfakcję i wiele ich uczy. Wysoko stawiają sobie poprzeczkę i chcą tworzyć media, które nie tylko informują, ale też poruszają, inspirują oraz skłaniają do myślenia.

► **Jak wyglądała praca „od kuchni” w projekcie SUMED?**

Zacznę od liczb. W ramach projektu SUMED przygotowaliśmy łącznie osiemnaście kursów obejmujących treści zrównoważonego rozwoju w ekosystemie medialnym, przeznaczonych dla studentów kierunków dziennikarskich i okołomedialnych: jedenaście pilot courses obejmujących wykłady, warsztaty i ćwiczenia oraz siedem learning environment pilots, które zakładają pracę studentów w naturalnym środowisku mediów. Uczestniczyło w nich około pięciuset studentów i kilkudziesięciu nauczycieli akademickich. Dla doktorantów i nauczycieli przeprowadziliśmy jedenaście szkoleń warsztatowych



Zespół SUMED podczas
Międzynarodowej Konferencji
MEDIA-BIZNES-KULTURA

Fot. Sebastian Jętczak

z zakresu NVC, wellbeingu, nowoczesnych narzędzi dydaktycznych, edukacji medialnej oraz kilkanaście międzynarodowych laboratoriów medialnych. Wszystkie te kursy były związane z ekosystemem mediów. Powstały materiały edukacyjne, przewodniki – booklety, a także bezpłatne, ogólnodostępne kursy MOOC.

Projekt powstał w dialogu czterech europejskich uczelni: Uniwersytetu Gdańskiego, Uniwersytetu Maltańskiego, Uniwersytetu Nauk Stosowanych w Turku oraz Politechniki w Walencji i na podstawie doświadczeń lidera projektu – INNOCAMP PL. To organizacja z sieci ASHOKA, która czuwała nad całością. Każdy z partnerów wniósł inne doświadczenia, regulacje prawne i zasoby. To sprawiło, że nasze spotkania, zarówno te online, jak i na żywo, były prawdziwymi laboratoriami pomysłów.

Od początku wiedzieliśmy, że chcemy patrzeć na zrównoważony rozwój w mediach całościowo. Dlatego pracowaliśmy równolegle w trzech obszarach. Pierwszy dotyczył produkcji medialnej – od ograniczania śladu węglowego, przez wykorzystanie nowoczesnych technologii, po odpowiedzialne

tworzenie treści cyfrowych. Drugi obejmował zmiany w programach nauczania na kierunkach dziennikarskich, PR i produkcji medialnej, tak aby cele zrównoważonego rozwoju były wpisane w efekty kształcenia. Trzeci obszar skupiał się na tym, jak media mogą wspierać edukację i komunikację dotyczącą zrównoważonego rozwoju.

Zaczęliśmy od wymiany dobrych praktyk pomiędzy naszymi uczelniami, związanych ze standardami nauczania i realizacją idei zrównoważonego rozwoju. W kolejnym kroku wykonaliśmy pilotażowe badania rynku medialnego: ankietowaliśmy firmy medialne oraz profesjonalne redakcje, aby zdobyć wiedzę na temat wprowadzania zasad zrównoważonego rozwoju w ich codziennej pracy, a także poznać oczekiwania dotyczące kompetencji przyszłości w zawodach dziennikarskich, filmowych, PR. Kolejnym krokiem było rozpoznanie wiedzy, doświadczeń i oczekiwań nauczycieli akademickich oraz studentów. Analizowaliśmy sylabusy na kierunkach dziennikarskich i okołomedialnych, zmienialiśmy i dodawaliśmy treści programowe, a z czasem powstawały zupełnie nowe przedmioty. Wdrożyliśmy

na naszych uczelniach pilotażowe kursy, w których istotnym elementem było realizowanie w ramach wykładów, ćwiczeń i laboratoriów idei zrównoważonego rozwoju w bardzo szerokim rozumieniu: od stworzenia przyjaznych warunków pracy, przez współpracę z partnerami zewnętrznymi, po konkretne treści i zasady.

W ramach stałych zespołów projektowych pracowało ponad piętnaście osób, ale współpracowało z naszymi uczelniami kilkunastu nauczycieli akademickich oraz partnerów zewnętrznych. Zespół projektowy UG tworzyła dwuosobowa reprezentacja Instytutu Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UG, czyli ja jako kierownik projektu oraz doktor Dominik Chomik, a także Anna Kietrys-Tusk z dziekanatu Wydziału Nauk Społecznych, która wspierała nas logistycznie, administracyjnie oraz merytorycznie. Bardzo cenne jest dla mnie to, że udało nam się zaangażować koleżanki i kolegów z naszego Instytutu. Współpracowali z nami doktor Grzegorz Kapuściński, doktor Monika Białek, doktor Dominika Rafalska, doktor habilitowany Konrad Knoch i doktor Jan Miklas-Frankowski. Wspólnie

udało nam się wypracować modele edukacji medialnej na podstawie zasad i treści zrównoważonego rozwoju. Współpracowaliśmy także z ekspertami Centrum Doskonalenia Dydaktycznego i Tutoringu UG oraz Centrum Zrównoważonego Rozwoju UG. Szczególne podziękowania należą się profesor Sylwii Mrozowskiej, dyrektorce CZRUG, która zaangażowała swój zespół i udało nam się stworzyć specjalny studencki panel: SDG Generation, na którym studenci piszą o doświadczeniach, oczekiwaniach i przyszłości swojego pokolenia.

Współorganizowaliśmy także dwie konferencje. Pierwsza z nich to ogólnopolska konferencja: „Mediaucze(L)ni. Ekologia informacji. Zrównoważony rozwój mediów”, której uczestnikami byli naukowcy i studenci z całej Polski. Nasi studenci mogli pokazać projekty zrealizowane w ramach SUMED, odbyły się też branżowe warsztaty, zorganizowane przez zespół projektowy, a ja miałam zaszczyt wystąpić w roli keynote speakera. Z kolei podczas cyklicznej, Międzynarodowej Konferencji MEDIA-BIZNES-KULTURA zorganizowaliśmy panel podsumowujący projekt: „Media a zrównoważony rozwój – wyzwania i kompetencje przyszłości”. Spotkanie było okazją do zaprezentowania referatów, których tematyka dotyczyła wprowadzania celów zrównoważonego rozwoju w środowisku medialnym, a także podzielenia się doświadczeniami i dobrymi praktykami z realizacji projektu. Wzięli w nim udział przedstawiciele uczelni partnerskich oraz innych uczelni i organizacji z Polski.

Praca nad projektem była niezwykle czasochłonna, angażująca i wymagająca, ale jednocześnie inspirująca. Każdy etap – od pierwszych rozmów po testowanie zajęć – pokazywał, że mamy wokół siebie ludzi, którzy wierzą w sens zmiany.

► Jakie sygnały z rynku pracy będą dla państwa najważniejsze podczas projektowania zmian, tak aby na przykład dziennikarze, specjaliści PR, marketingowcy stali się prawdziwymi ambasadorami pozytywnych zmian w zakresie zrównoważonego rozwoju?

Wydaje się, że branża oczekuje dziś od młodych profesjonalistów nie tylko kompetencji, nazwijmy je zawodowymi – technicznymi, ale także dojrzałej świadomości i odpowiedzialności społecznej. Coraz wyraźniej widać, że rynek pracy potrzebuje dziennikarzy, specjalistów PR i marketingowców, którzy potrafią łączyć profesjonalizm i rzetelność zawodową z rozumieniem wyzwań współczesnego świata.

Kluczowe, w mojej ocenie, będą – pozwolę sobie wymienić w punktach:

- umiejętności upowszechniania treści związanych ze zrównoważonym rozwojem z użyciem języka NVC, czyli języka bez przemocy, bez ustawicznego straszenia konsekwencjami zmian klimatu – lepsze efekty przynosi edukacja i współdziałanie na rzecz pozytywnych zmian,
- branżowe umiejętności, takie jak chociażby raportowanie ESG,
- praca w kulturze szacunku i włączania, bo zespoły wielopokoleniowe i wielokulturowe stają się standardem,
- świadomość wpływu mediów na społeczeństwo, czyli umiejętność przewidywania konsekwencji publikowanych treści,
- odporność na presję i umiejętności etycznego działania w trudnych sytuacjach, które w mediach zdarzają się codziennie,
- kompetencje cyfrowe połączone z refleksją, jak korzystać z technologii w sposób odpowiedzialny i zrównoważony.

Chcemy, aby nasi absolwenci nie tylko odnajdywali się na rynku pracy,

ale również stawiali się ambasadorami pozytywnych zmian. Potrafili łączyć profesjonalizm z wartościami i rozumieli, że media mają realną moc kształtowania rzeczywistości.

► Wspomniała pani o zagranicznych partnerach projektu – czego konkretnie Uniwersytet Gdański nauczył się od partnerów z Malty, Finlandii i Hiszpanii, a co wniósł do konsorcjum?

Współpraca międzynarodowa była jednym z najcenniejszych elementów całego projektu właśnie dlatego, że każdy partner wniósł do konsorcjum zupełnie inną perspektywę. Z Turku University of Applied Sciences czerpaliśmy przede wszystkim inspiracje dotyczące zrównoważonego rozwoju, rozumianego jako fundament edukacji. Fińscy partnerzy pokazali nam, jak konsekwentnie i systemowo można wdrażać zielone praktyki w edukacji medialnej – od ekologicznej produkcji, w tym treści medialnych, przez świadome korzystanie z technologii, po nowoczesne metody dydaktyczne oparte na współpracy i projektach. To była dla nas lekcja, że zrównoważony rozwój może być naturalną częścią codziennego funkcjonowania uczelni.

Uniwersytet Maltański wniósł ogromne doświadczenie pracy w środowisku wielokulturowym i włączającym. Ich podejście do różnorodności, traktowanej jako zasób, było niezwykle inspirujące. Partnerzy z Malty pokazywali nam, jak budować przestrzeń, w której student czuje się widziany, słyszany i bezpieczny, a edukacja medialna staje się narzędziem wzmacniania społecznej spójności. Wielką wartością było także doświadczenie Uniwersytetu Maltańskiego w zakresie nauczania przedmiotów związanych z produkcją medialną.

Universitat Politècnica de València imponowała zapleczem

technologicznym i praktycznym doświadczeniem. Ich laboratoria, rozwiązania cyfrowe i podejście do innowacji pokazały nam, jak można łączyć kreatywność z technologią, aby tworzyć nowoczesne, odpowiedzialne media.

Uniwersytet Gdański wniósł do konsorcjum przede wszystkim spójny, praktyczny model kształcenia dziennikarzy i specjalistów PR, oparty na pracy warsztatowej, projektowej, bliskiej współpracy z zewnętrznymi partnerami, profesjonalnymi redakcjami oraz studenckimi mediami. Nasza infrastruktura medialna: nowoczesne studio radiowe, telewizyjne, fotograficzne, a także praktyczne dokonania studentów w ramach studenckich kół naukowych związanych z Radiem MORS, portalem CDN, Neptun TV oraz Inspiar, zrobiły na partnerach ogromne wrażenie. Podczas wizyty studyjnej w Gdańsku wielokrotnie podkreślali oni, że rzadko spotyka się tak dobrze zorganizowany, aktywny i profesjonalny ekosystem studenckich mediów.

Wnieśliśmy też doświadczenie w pracy projektowej, umiejętność szybkiego wdrażania zmian w programach nauczania oraz energię zespołu, który wierzy w sens transformacji edukacji medialnej i potrafi ją przeprowadzać. Niezwykle ważnym elementem było także zaangażowanie Uniwersytetu Gdańskiego w realizację idei zrównoważonego rozwoju w obszarach: dydaktycznym, naukowym, infrastrukturalnym i społecznej odpowiedzialności uczelni. Sukcesy naszej uczelni na tych polach były dla zespołu projektowego UG ogromnym wsparciem, a dla naszych partnerów projektowych – inspiracją.

► **Reasumując, czy udało się stworzyć wspólne środowisko edukacyjne dla europejskich uniwersytetów biorących udział w projekcie?**

Udało nam się stworzyć wspólne środowisko edukacyjne, które realnie łączy cztery europejskie uczelnie i pozwala nam pracować na podstawie tych samych wartości, narzędzi oraz celów. Mamy dziś zestaw wspólnych materiałów dydaktycznych, modułów kursowych, a także doświadczeń, które wypracowaliśmy podczas projektu.

W trakcie współpracy intensywnie dzieliliśmy się dobrymi praktykami – od nowoczesnych metod nauczania i sposobów pracy ze studentami, przez pomysły na wprowadzanie nowych treści do edukacji medialnej, aż po doświadczenia eksperckie i rozwiązania sprzyjające tworzeniu przyjaznego, wspierającego środowiska do nauki, pracy i budowania relacji. Każdy partner wносił coś własnego, a ta różnorodność stała się naszym największym atutem.

Wspólne środowisko edukacyjne to nie tylko zestaw dokumentów czy materiałów, ale przede wszystkim sieć relacji, wspólne programy kształcenia, narzędzia dydaktyczne oraz rozwiązania, które pomagają prowadzić edukację medialną w sposób odpowiedzialny, nowoczesny i zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju. Dbamy zarówno o jakość treści, jak i o ich wpływ na otoczenie – od ekologicznych praktyk po etyczne standardy pracy.

Ogromne znaczenie ma dla nas także współpraca z partnerami zewnętrznymi: organizacjami i firmami medialnymi, które dzielą się z nami swoim doświadczeniem, sygnalizują potrzeby rynku i kompetencje przyszłości, a także wspierają nas we wprowadzaniu zmian. Dzięki temu nasze działania odpowiadają na realne wyzwania branży.

W efekcie powstała przestrzeń, która nie kończy się wraz z projektem – to fundament pod dalszą współpracę, rozwój i kolejne wspólne inicjatywy.

► **Projekt zakończył się w październiku 2025 roku – co jest dla pani najważniejszym miernikiem sukcesu? Zmiana w programach? W postawach studentów? A może w kulturze pracy całego środowiska medialnego?**

Wolałabym raczej mówić w kategoriach nowych wartości i zmiany, aniżeli o sukcesie. Przede wszystkim nastąpiła zmiana w wybranych programach kształcenia w zakresie edukacji medialnej. Wprowadziliśmy nowe moduły z treściami zrównoważonego rozwoju, nowe narzędzia dydaktyczne i sposoby pracy ze studentami.

Wydaje się, że nastąpiła również zmiana w świadomości studentów. Widzimy ją w ich projektach, w pytaniach, które zadają, w refleksjach z ankiet ewaluacyjnych. Coraz częściej studenci myślą o mediach nie tylko jako o narzędziu przekazu, ale też jako o przestrzeni wpływu społecznego. Zaczynają dostrzegać konsekwencje swoich decyzji, rozumieją wagę rzetelności, empatii, odpowiedzialności.

► **Gdyby miała pani jednym zdaniem podsumować, co SUMED zmienił na UG, to co byłoby najważniejszą korzyścią?**

Projekt SUMED to przede wszystkim impuls, który odmienił sposób myślenia o edukacji medialnej: wprowadził nowe treści, nowoczesne metody pracy i świeże spojrzenie na rolę mediów. Ugruntował przekonanie, że odpowiedzialność zawodowa zaczyna się właśnie tutaj, na uczelni, w codziennej praktyce kształcenia przyszłych dziennikarzy i specjalistów PR.

► **Dziękuję za rozmowę.**

Dziękuję również.