



AGNIESZKA IWANICKA

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza
w Poznaniu

Cyberprzestrzeń jako miejsce nowej edukacji medialnej

ABSTRACT. Cyberspace as a new media education place. New media are evolving every day, offering unknown services, providing other opportunities and ways of use. In order to keep up with these changes, also media education should undergo transformations – we need to look again at the assumptions and determine which direction to take. It seems that many of the fields no longer require the attention of educators – as they used to – young people are great in media competencies, especially those technical and practical that include proper use of media as tools for intellectual work, communication and learning. The young generation is able to operate the media intuitively, create media, and decode media messages. A virtual environment is the natural place for them to obtain information, make new friendships, for leisure and entertainment – we should take the advantage of this fact and focus on cyberspace as a place for new media education.

Z badań wynika, że nie wszystkie media są dla nas tak samo ważne jak kiedyś – w ostatnim roku blisko 700 tys. polskich gospodarstw domowych zrezygnowało z telewizora na rzecz komputera z dostępem do Internetu (zob.: <<http://www.ekonomia24.pl/arttykul/728133-700-tys--polskich-domow-beztelewizora.html>>, dostęp: 18.07.2012). Według raportu „Diagnoza społeczna 2011” (<http://www.diagnoza.com/pliki/raporty/Diagnoza_raport_2011.pdf>, dostęp: 18.07.2012) liczba użytkowników nowych mediów stale rośnie: obecnie z Internetu korzysta już ponad 60% osób w wieku 16 lat i więcej, z komputera 67% osób tej kategorii wiekowej, z telefonów komórkowych 85%. To właśnie nowe media liczą się teraz najbardziej dla młodzieży, to one są dla nich atrakcyjne – atutem jest zwłaszcza nieograniczona

do nich dostępność. Odbiorca może dopasować medialny przekaz do swojego rytmu dnia, sam sprawuje kontrolę nad tym, co, kiedy i jak będzie oglądał, czytał, słuchał. Nowe media są wzajemnie z sobą powiązane. Zapewniają dostęp indywidualnym użytkownikom (którzy teraz mogą być zarówno odbiorcami, jak i nadawcami komunikatów), interaktywność i wiele sposobów użycia, wszechobecność, niedookreśloność przestrzenną i delokalizację (McQuail, 2007, s. 57). Wszystkie te cechy sprawiają, że dają one nie tylko wolność i władzę, która nie istniała wcześniej, ale i zrównują konsumentów oraz producentów: każdy może tworzyć własny przekaz i korzystać z przekazów udostępnionych przez innych użytkowników.

Młodzież nie tylko odrzuca stare media, ale traci też zainteresowanie tymi usługami internetowymi, które jeszcze parę lat wcześniej były dla niej bardzo istotne. Nie tak dawno mówiliśmy o osobach uzależnionych od gier komputerowych, od ciągłego, obsesyjnego sprawdzania poczty elektronicznej. Dziś największą popularnością (ale i sporym zagrożeniem) wśród młodzieży cieszą się serwisy społecznościowe typu Nasza Klasa i FaceBook, różnego rodzaju komunikatory, blogi internetowe, w dziedzinie „wiedzy” zaś serwisy Wiki – Levinson nazywa je wszystkie *nowymi nowymi mediami* (Levinson, 2010, s. 11). To dziś jest siła Internetu – to w cyberprzestrzeni odbywa się edukacja! To tam toczy się prawdziwe – mimo że wirtualne – życie młodych ludzi pokolenia Google (zob.: Iwanicka, 2011, s. 168), tam wymieniają się informacjami, linkami do ciekawych artykułów, dyskutują, komentują bieżące sprawy polityczne i wydarzenia kulturalne. Ten rodzaj edukacji zachodzi jakby mimochodem, przypadkowo i okazjonalnie – równoległe do cyberedukacji odbywającej się w sposób „formalny” – a więc poprzez udział w kursach i szkoleniach e-learningowych.

Coraz głośniej mówi się też o silnej potrzebie wyrównania różnic między tym, czego uczymy w szkołach a tym, na co jest zapotrzebowanie na rynku pracy. Badania wskazują, że absolwenci są słabo przygotowani do dynamicznie zmieniającego się rynku pracy, a pracodawcy częściej niż na dyplom patrzą na praktyczne umiejętności kandydata na dane stanowisko pracy. Zarówno pracodawcy, jak i Unia Europejska wzywają do nabywania kompetencji kluczowych (zalecenia Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 18.12.2006 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie, 2006/962/WE), a wśród kompetencji charakteryzujących współczesnego człowieka funkcjonalna znajomość mediów wydaje się mieć dla nich zasadnicze znaczenie. Pozwala bowiem nie tylko zdobyć lepsze wykształcenie, ale też lepiej funkcjonować na rynku pracy i w pełni uczestniczyć w życiu społecznym.

Komisja Europejska w dokumencie Europejskie podejście do umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym (<<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0833:FIN:PL:PDF>>, dostęp:

20.07.2012) jako priorytetowe wskazuje takie zagadnienia edukacji medialnej i informacyjnej, jak: łatwość korzystania ze wszystkich istniejących mediów; aktywne z nich korzystanie; używanie wyszukiwarek internetowych; udział w społecznościach wirtualnych i lepsze wykorzystywanie potencjału mediów w dziedzinie rozrywki, dostępu do kultury, międzykulturowego dialogu, uczenia się i codziennych zastosowań (np. poprzez korzystanie z e-bibliotek, podcastów); krytyczne podejście do mediów odnośnie ich jakości i treści (np. zdolność oceny informacji, stosunek do reklam w różnych mediach, skuteczne i bezpieczne używanie wyszukiwarek); kreatywne używanie mediów, świadomość w zakresie zagadnień związanych z prawami autorskimi (zwłaszcza dla młodych ludzi, którzy są zarówno odbiorcami, jak i nadawcami treści medialnych).

Podobnie Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego (<http://ks.mkidn.gov.pl/media/download_gallery/20120709SRKS_na_Komitet_Staly_Rady_Ministrow_1806.pdf>, dostęp: 21.07.2012, s. 48–50) poświęca miejsce edukacji medialnej – zarówno tej formalnej, jak i nieformalnej. Sugeruje odejście od sformalizowanej edukacji, nastawionej jedynie na wiedzę, na rzecz kształcenia kompetencji medialnych dzieci (w tym dzieci w wieku przedszkolnym), młodzieży i seniorów – głównie poprzez wspieranie różnego rodzaju inicjatyw i projektów realizowanych zarówno przez media publiczne, jak i instytucje społeczne.

Kompetencje medialne a cyberprzestrzeń

Tymczasem miejsca na edukację medialną w szkole w dalszym ciągu nie ma, a jedynymi kompetencjami medialnymi, jakie nabywają w niej młodzi ludzie, są kompetencje narzędziowe z zakresu obsługi komputera. Nie ma to nic wspólnego z ich potrzebami: ich świat to Internet i jego komunikatory, serwisy społecznościowe, inforozrywka czy gry komputerowe – to o nich chcą się uczyć, poznawać je, wiedzieć, jak najlepiej je wykorzystać do własnych celów. To dla młodych ludzi prawdziwe źródło wiedzy o współczesności, o społeczeństwie, o relacjach w nim zachodzących, to tam szukają rozrywki. Wciąż nie mają jednak dostatecznych kompetencji, aby prawidłowo to medium wykorzystywać. Dominację Internetu nad innymi źródłami pozyskiwania informacji powinna wykorzystać szkoła w

[...] rozwijaniu nie tylko umiejętności poznawczych, ale i społecznych, takich jak współdziałanie, współpraca, pomoc wzajemna (Goban-Klas, nr 09/10, s. 44).

Autorzy pionierskiego raportu *Cyfrowa przyszłość – katalog kompetencji medialnych i informacyjnych* dzielą kompetencje medialne na trzy kategorie:

[...] na poziomie minimalnym umożliwiają uczestniczenie w życiu społecznym za pośrednictwem mediów. Optymalny poziom kompetencji reprezentuje pełnoprawny uczestnik społeczeństwa informacyjnego, który nie tylko używa mediów, ale jest również w stanie współtworzyć rzeczywistość medialną. Wreszcie mistrzowski poziom kompetencji medialnych i informacyjnych pozwala na wywoływanie zmian i wywieranie wpływu na rzeczywistość przez media. Osoby o takim poziomie kompetencji potrafią organizować grupy użytkowników, są w stanie dzielić się wiedzą i doradzać innym oraz animować otaczającą je rzeczywistość (<http://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/05/Cyfrowa-Przyszlosc-Katalog-Kompetencji-Medialnych-i-Informacyjnych1.pdf>), s. 9, dostęp: 20.07.2012).

Wydaje się, że to znacznie uproszczone postrzeganie kompetencji medialnych, a wszystkie trzy poziomy są w zasięgu możliwości przeciętnego użytkownika Internetu – i nie wymagają opanowania innych kompetencji niż praktyczne i narzędziowe.

Według Waława Strykowskiego kompetencje medialne to coś więcej. To:

[...] harmonijna kompozycja wiedzy, rozumienia, wartościowania i sprawnego posługiwania się mediami. [...] To uświadomione umiejętności odbioru komunikatów, ich tworzenia oraz wykorzystania urządzeń medialnych do realizacji różnych zadań poznawczych, jakie podejmuje człowiek (Strykowski, 2004, s. 33).

Autor wyróżnia dwie kategorie kompetencji (Strykowski, 2004, s. 33):

1. Intelktualno-kulturowe: obejmują przygotowanie ludzi do świadomego i krytycznego odbioru komunikatów medialnych.
2. Techniczno-praktyczne: obejmują przygotowanie do sprawnego posługiwania się mediami jako narzędziami pracy intelektualnej, komunikowania i uczenia się.

Wydaje się, że techniczno-praktyczna kategoria kompetencji jest już dzisiaj w stopniu, przynajmniej, zadowalającym opanowana przez młode pokolenie. Ciekawe dane na ten temat możemy znaleźć w raporcie EU Kids Online. Czytamy w nim między innymi, że sprawność w zakresie korzystania z Internetu rośnie z wiekiem użytkowników (co jest logiczne – podobnie jak w wypadku częstego wykonywania różnych czynności wzrasta nasza sprawność w danej dziedzinie, tak samo częsta obsługa komputera i Internetu zwiększa naszą biegłość w tym zakresie). Starsze dzieci są bardziej doświadczone, jeśli chodzi o korzystanie z Internetu, co przekłada się nie tylko na podniesienie poziomu ich kompetencji, ale również bezpieczeństwa towarzyszącego ich aktywności w sieci (za: <http://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/01/Raport-Cyfrowa-Przyszlosc-.pdf>), s. 33, dostęp: 19.07.2012).

Inne dane pokazują, że to nie szkołę, a samokształcenie wskazują młodzi respondenci jako sposób zdobywania kompetencji medialnych i infor-

macyjnych. Równie znikoma jak szkoły jest rola rodziców w procesie kształtowania tychże kompetencji, nieco większa – rodzeństwa i kolegów (<<http://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/01/Raport-Cyfrowa-Przyszłość-.pdf>>, s. 36, dostęp: 19.07.2012). W opinii młodych nauka korzystania z Internetu jest łatwa i szybka, co może wyjaśniać takie komentarze użytkowników, jak „przecież tu nie ma czego się uczyć” (<<http://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/01/Raport-Cyfrowa-Przyszłość-.pdf>>, s. 35, dostęp: 19.07.2012).

Wątpliwości (co do zasadności ich dalszego kształcenia w zakresie edukacji medialnej) budzą też dwa inne obszary kompetencji wymienianych przez W. Strykowskiego: kompetencje z zakresu korzystania z mediów i tworzenia komunikatów medialnych. Pokolenie Google jest narzędziowo bardziej rozwinięte niż dorośli, potrafi intuicyjnie obsługiwać media. Problemu nie stanowi też tworzenie (czy też przetwarzanie) komunikatów medialnych.

Nowe usługi, sprzęty i oprogramowanie pozwalają nie tylko na samodzielne tworzenie nowych treści, ale również ich przetwarzanie, także z wykorzystaniem zasobów wcześniej opublikowanych. W kulturze remiksu wszystko, co dostępne w formie cyfrowej – a także analogowej po poddaniu digitalizacji – może stanowić zasób do tworzenia nowych treści (<<http://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/05/Cyfrowa-Przyszlosc-Katalog-Kompetencji-Medialnych-i-Informacyjnych1.pdf>>, s. 16–17, dostęp: 20.07.2012).

Czy zatem to pokolenie, które całe swoje dorosłe życie spędzi w środowisku medialnym, które z jego pomocy będzie się uczyć, podnosić swoje kwalifikacje, rzeczywiście wymaga jeszcze edukacji medialnej we wspominanych obszarach?

Kompetencje pokolenia Google

T. Goban-Klas zebrał zarzuty, jakie padają pod adresem pokolenia Google ze strony naukowców, dziennikarzy i pedagogów. Obraz młodych, jaki się z nich wyłania, jest dość negatywny. Interwencja jest więc tym bardziej potrzebna (Goban-Klas, 09/10, s. 7): są głębsi niż poprzednie pokolenia w ich wieku; są uzależnionymi od Sieci *ekranowcami* pozbawionymi umiejętności społecznych; nie mają czasu na sport lub zdrowe życie; nie mają poczucia wstydu; obawiają się wyboru własnej drogi życiowej; kradną w sieci – naruszają prawa własności intelektualnej, ściągają muzykę, piosenki, wymieniają wszystko, co mogą w serwisach *peer-to-peer* z braku poszanowania dla praw autorskich; nękać innych internetowych użytkowników; nie wiedzą, czym jest etyka pracy.

Podobnie raport Information Behaviour of the Researcher of the Future (<<http://www.bl.uk/news/pdf/googlegen.pdf>>, dostęp: 20.07.2012) obala kilka mitów na temat kompetencji medialnych młodych ludzi:

- doskonale radzą sobie z technologią, ale słabo radzą sobie z wynajdywaniem informacji i ich krytyczną oceną;
- nieudolnie formułują pytania wyszukiwarką, nie są świadomi swoich niskich kompetencji w przetwarzaniu informacji;
- nie zauważają, że zasoby Internetu są niejednorodne, pochodzą od wielu osób reprezentujących różne poziomy znajomości tematu, Internet traktują jako jedną spójną całość;
- im młodsze osoby, tym większe zaufanie do zasobów Internetu, tym niższe umiejętności selekcji materiału i szybsze zakończenie poszukiwań;
- nie potrafią korzystać z operatorów logicznych, zawężających wyniki wyszukiwania (and, or, not itd.);
- mają skłonność do „skakania” po wyszukiwanych informacjach (tzw. *bouncing*);
- *print-mania*, drukowanie wszystkiego, co można znaleźć na dany temat, drukują nawet teksty, których nie zamierzają przeczytać, tak jakby samo posiadanie informacji dawało im złudzenie przygotowania do zajęć czy opanowania materiału;
- ich kompetencje medialne dotyczą głównie sfery narzędziowej, ale młodzież zna media pobieżnie, tylko popularne oprogramowanie, używa prostych aplikacji;
- wiadomości pochodzące od nauczycieli, krewnych i z podręczników dzieci cenią sobie bardziej niż te, które znalazły w Internecie;
- nie jest też prawdą, że nie mają szacunku dla praw autorskich, znaczna część nie rozumie, jak one działają i jak odnoszą się do Internetu, uwielbiają „rzeczy za darmo”, więc gdy tylko trafią na coś do ściągnięcia - ściągają (choć nie wiadomo, czy kiedykolwiek taki plik będzie przez nich odczytany i wykorzystany), z drugiej strony nie wiedzą, że wiele informacji mogą pozyskać za darmo, na przykład z darmowych internetowych bibliotek;
- lubią kopiować - można wręcz mówić o pladze plagiatów wykorzystywanych przy odrabianiu zadań domowych;
- wolą informację wizualną niż tekst, ale tekst wciąż pozostaje dla nich istotny;
- ignorują ostrzeżenia i wskazówki dotyczące bezpieczeństwa w cyberświecie, są ufni, łatwo nawiązują nowe znajomości i przyjaźnie, dzielą się swoimi danymi kontaktowymi z nieznanymi.

Edukacja medialna jest zatem niezbędna, jednak tak jak ewoluują nowe technologie, tak i my nie możemy zostać w tyle, musimy się do tych zmian dopasować oraz odpowiedzieć na potrzeby i oczekiwania młodzieży. Nie-

wątpliwie powinniśmy wykorzystać fakt, że cyberprzestrzeń to dla nich naturalne środowisko i pozyskać ją dla innych obszarów edukacji medialnej – łącząc chociażby treści edukacyjne z rozrywką (tzw. *edutainment*). To właśnie na tę przestrzeń edukacyjną mógłby przesunąć się punkt ciężkości w rozwijaniu kompetencji medialnych dzieci i młodzieży, ponieważ to właśnie w Internecie, w procesie samokształcenia, obserwacji i rad udzielanych przez rówieśników – zdobywają obecnie kolejne stopnie kompetencji medialnych. W raporcie *Młodzi i media* można znaleźć informacje na temat znaczącej roli, jaką w podnoszeniu poziomu kompetencji informatycznych młodych ludzi odgrywają rówieśnicy (Filiciak, <<http://bi.gazeta.pl/im/9/7651/m7651709.pdf>>, s. 79, dostęp: 20.07.2012): niemal codziennie rozmawiają o nowych formach użycia danego oprogramowania, wypróbowanych funkcjach, możliwościach, wadach i zaletach komunikatów medialnych, odwiedzanych internetowych miejscach – interesujących, przydatnych, poruszających lub zabawnych treściach. W mniej lub bardziej świadomy sposób, w tych samych rozmowach definiują też – na własny użytek – normy korzystania z nowych mediów (zarówno w sensie moralnym, jak i związanym z poprawnym korzystaniem z technologii).

Nowa edukacja medialna – zalecenia

Jaki zatem kształt powinna przybrać edukacja medialna? Podobnie jak i inne formy edukacji, powinna być prowadzona na dwa sposoby: formalnie i nieformalnie.

Zalecenia dla edukacji formalnej:

1. Wylonienie ogólnopolskiej grupy ekspertów zajmującej się edukacją medialną. Miejscem działania grupy byłyby cyberprzestrzeń. Do jej zadań należałoby:

- opracowanie programu edukacji medialnej, wspólnego dla wszystkich, dla zainteresowanych podmiotów (przedszkola, szkoły, uniwersytety trzeciego wieku, ośrodki doskonalenia nauczycieli itd.);
- ustalenie obowiązującej definicji edukacji medialnej i obszarów kompetencji medialnych;
- stworzenie portalu poświęconego edukacji medialnej, dzięki któremu propagowane będą treści uczące krytycznej oceny mediów i dekodowania medialnych komunikatów (wzorem kanadyjskim – utworzenie w nim osobnych wortalu dla nauczycieli, rodziców i dzieci);
- mobilizacja do działania w zakresie edukacji medialnej różnego rodzaju instytucji społecznych;
- stworzenie internetowej bazy wymiany materiałów dotyczących edukacji medialnej;

- koordynacja badań i inicjatyw medialnych;
 - promowanie oraz upowszechnianie zaleceń i dobrych praktyk w zakresie użyteczności określonych stron i narzędzi internetowych.
2. Dalsze realizowanie edukacji medialnej w ramach obowiązkowych zajęć szkolnych, na wybranych lekcjach (niezbędne jest jednak zintegrowanie edukacji medialnej z kształceniem nauczycieli) i zmodyfikowanie programu edukacji medialnej – zmniejszenie nacisku na kształtowanie kompetencji praktycznych na rzecz umiejętności dekodowania komunikatów medialnych i oddziaływania nowych mediów.
3. Obowiązek stworzenia przez każdą szkołę strony internetowej, portalu (bądź wortalu) poświęconego zagadnieniom edukacji medialnej – propagowanie jej przez nauczycieli, odsyłanie do niej, w miarę potrzeb, uczniów.
4. Obowiązek stworzenia przez szkoły kursu zdalnego dla swoich uczniów, dotyczącego edukacji medialnej – rozszerzanego na każdym szczeblu kształcenia.
5. Nałożenie na nauczycieli obowiązku rozwijania swoich kompetencji medialnych zwłaszcza w zakresie nowych mediów (sprawdzone przy okazji awansów zawodowych nauczycielskich).
6. W ramach wypełniania misji publicznej – włączenie mediów publicznych w propagowanie edukacji medialnej: tworzenie nie tylko internetowych i telewizyjnych kampanii społecznych, ale przede wszystkim materiałów umieszczanych na stronach internetowych danej stacji telewizyjnej lub radiowej. Cel: zwiększanie świadomości społecznej, ukształtowanie odbiorcy świadomego oddziaływania mediów; promocja edukacji medialnej.

Zalecenia dla edukacji nieformalnej:

1. W ramach różnego rodzaju instytucji kulturalnych, stowarzyszeń i fundacji poprzez tworzenie warsztatów, kursów (również zdalnych), szkoleń. Ich głównym zadaniem byłoby przygotowywanie i analizowanie komunikatów nowych mediów (edukowanie przez media o mediach):
- tworzenie stron internetowych, portali i wortalu związanych z edukacją medialną;
 - prowadzenie blogów o tematyce medialnej (propagowanie ich na popularnych wśród młodzieży serwisach i portalach internetowych);
 - zakładanie kont tematycznych na portalach społecznościowych typu *FaceBook*;
 - zamieszczanie filmów związanych z edukacją medialną na *YouTube*.
2. W ramach porozumienia z firmami zajmującymi się tworzeniem kursów i szkoleń zdalnych (o tematyce edukacyjnej, ale nie tylko): utworzenie modułów dotyczących edukacji medialnej w kursach przeznaczonych dla młodzieży (przy ich tworzeniu znaleźliby pracę absolwenci specjalności związanych z edukacją medialną, na przykład jako dydaktycy mediów).

3. Umieszczenie zakładki związanych z edukacją medialną na internetowych czasopismach dla dzieci i młodzieży.

4. Wykorzystanie rozwiązań mobilnych (propagowanie istniejących aplikacji medialnych, tworzenie nowych).

Edukacja medialna wciąż jest niezbędna, ale potrzebna jest też pilnie modernizacja jej założeń i sposobów realizowania. Punkt ciężkości powinien być przesunięty z nauki praktycznego posługiwania się mediami (bo to już młodzi potrafią) na umiejętność zadawania pytań, które pojawiają się przy dekodowaniu cyberkomunikatów. Łatwość, z jaką młodzi ludzie korzystają z nowych mediów pomaga, ale nie jest tożsama z kompetencjami medialnymi, jakimi powinni się odznaczać. To wciąż zadanie dla e-dukatorów medialnych. My – rodzice, nauczyciele – nie musimy znać odpowiedzi na zadane pytanie, nie musimy dawać gotowych wytycznych, mamy jedynie stymulować do zadawania większej liczby pytań, do samodzielnego poszukiwania odpowiedzi, wskazywać drogę do rozwiązania problemów. Sytuacji edukacji medialnej nie poprawia fakt, że jest właściwie nieobecna w szkołach, a odpowiedzialność za wdrażanie wytyczonych przez Unię Europejską kompetencji medialnych jest rozproszona na różne ministerstwa i instytucje publiczne. Te same urzędy i instytucje stosują też różną terminologię na zdefiniowanie edukacji medialnej i kompetencji medialnych – niejednokrotnie sprowadzając ją tylko do edukacji informatycznej. Podobnie podejmowane w różnych ośrodkach akademickich debaty nie doprowadziły do jednolitego wypracowania wspólnych założeń i wizji edukacji medialnej oraz przeforsowania jednej jako obowiązującej. Poruszane dyskusje i inicjatywy – również przez same media – niewątpliwie przyczyniają się do popularyzacji tematu i zwiększenia świadomości społecznej w zakresie edukacji medialnej. Jednakże czas podjąć konkretne kroki zmierzające do jej modernizacji tak, abyśmy znów wiedzieli, czego i gdzie uczyć i aby dało się odczuć społeczną zmianę.

Literatura

- GOBAN-KLAS T. (2010): *Nowa edukacja medialna w społeczeństwie ryzyka i katastrof*, „Edukacja i Dialog”, nr 09.
- IWANICKA A. (2011): *Kompetencje medialne a przyszłość zawodowa pokolenia Google*, [w:] W. Jakubowski, S. Jaskulska (red.), *Kultura mediów, ciało i tożsamość – konteksty socjalizacyjne i edukacyjne*, Wyd. Impuls, Poznań.
- LEVINSON P. (2010): *Nowe nowe media*, Wyd. WAM, Kraków.
- MCQUAIL D. (2007): *Teoria komunikowania masowego*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa.
- STRYKOWSKI W. (2004): *Kompetencje medialne: pojęcia, obszary, formy kształcenia*, [w:] W. Strykowski, W. Skrzydlewski (red.), *Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*, eMPI², Poznań.
- Zalecenia Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 18 grudnia 2006 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie (2006/962/WE).

Strony internetowe

Cyfrowa Przyszłość – Edukacja medialna i informacyjna w Polsce – Raport otwarcia <http://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/01/Raport-Cyfrowa-Przyszlosc-.pdf>.

Cyfrowa Przyszłość – Katalog Kompetencji Medialnych i Informacyjnych <http://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/05/Cyfrowa-Przyszlosc-Katalog-Kompetencji-Medialnych-i-Informacyjnych1.pdf>.

Europejskie podejście do umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym, Komunikat komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów, COM/2007/0833 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0833:FIN:PL:PDF>.

FILICIAK M., *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*, <http://bi.gazeta.pl/im/9/7651/m7651709.pdf>,

<http://www.ekonomia24.pl/artykul/728133-700-tys--polskich-domow-bez-telewizora.html>.

Information Behaviour of the Researcher of the Future, British Library and JISC 2008, <http://www.bl.uk/news/pdf/googlegen.pdf>.

Raport *Diagnoza społeczna 2011*, http://www.diagnoza.com/pliki/raporty/Diagnoza_raport_2011.pdf.