

Agnieszka Iwanicka
lwanicka@amu.edu.pl
Zakład Technologii Kształcenia
Uniwersytet im. A. Mickiewicza
Poznań

Kompetencje medialne absolwentów pedagogiki wobec rynku pracy

Wstęp

Otoczająca nas rzeczywistość kształtowana jest w dużej mierze przez środki masowego komunikowania – to za ich sprawą młodzi ludzie są dziś połączeni z całym światem i wszystkimi ludźmi, z którymi tworzą jakąkolwiek wspólnotę na całym świecie. Szczególnie ważne dla młodych ludzi są dziś jednak nowe media, które otwierają nieznane wcześniej możliwości, sprawiając, że to co znaliśmy, zaczyna rysować się w innym świetle, dając nowe opcje funkcjonowania tak społecznego, jak i zawodowego. Młode pokolenie potrafi już intuicyjnie obsługiwać nowe media, tworzyć czy też przetwarzać istniejące komunikaty medialnie. Doskonale wykorzystuje je do podnoszenia swoich kompetencji zawodowych, postrzegając kompetencje medialne jako jeden z kluczy do osiągnięcia sukcesu na rynku pracy. Do nabywania kompetencji medialnych wzywa zarówno Unia Europejska, jak i pracodawcy, w funkcjonalnej znajomości mediów upatrując szanse na zdobycie nie tylko lepszego wykształcenia, ale też satysfakcjonującej pracy i pełnego uczestnictwa w życiu społecznym.

Uniwersytet miejscem nabywania kompetencji medialnych

Wzrost zainteresowania edukacją na studiach wyższych wynika z wielu przyczyn: zmian ekonomicznych, społecznych czy też demograficznych. Swoista masowość kształcenia na poziomie wyższym, jaką obserwujemy od paru lat, ma swoje konsekwencje nie tylko w obniżeniu jakości kształcenia, ale i strukturze zatrudnienia – pracodawcy z dużą rezerwą patrzą na dyplom kandydata, coraz większą wagę przywiązując do kompetencji, którymi może się wykazać ubiegający o pracę absolwent studiów wyższych. Ta przyczyna sytuuje w nowym kontekście szkolnictwo wyższe, stawiając wyzwanie wyposażania swoich absolwentów w kompetencje pożądane na rynku pracy. W Polsce szczególnie dotyczy to uczelni niepublicznych, których działania w tym zakresie są znacznie szybsze niż uczelni państwowych. Takie uczelnie mogą w sposób elastyczny dopasować się do zmieniających wymagań rynku pracy, stale zmieniając nie tylko ofertę edukacyjną, otwierając nowe kierunki studiów, ale i szybko modyfikując programy tych już istniejących. W tym zakresie szkolnictwo państwowe pozostaje daleko w tyle, na potrzeby rynku pracy reagując z dużym opóźnieniem. Dodatkowo ingerencja państwa w wewnętrzne sprawy uczelni powoduje zatracanie jednej z naczelnych wartości uniwersytetów – gubienie indywidualnego charakteru poszczególnych jednostek, ograniczanie wolności myśli, słowa i działania, wszystko sprowadzając do jednego słowa – parametryzacja. Tymczasem związek między

edukacją a rynkiem pracy jest niezaprzeczalny – studenci wybierają dziś chętniej te uczelnie i te kierunki, które w większym stopniu niż akademickim „kształceniem umysłu”, zajmują się przygotowaniem praktycznym do zawodu. Uniwersytety zdecydowanie przestały zajmować dominującą rolę wśród wyższych uczelni – oprócz wspomnianej masowości, obniżenia jakości nauczania, nie nadszania za zmianami można dodać też problemy finansowe, z jakimi się borykają – to generuje kolejne problemy, takie chociażby jak nienadszanie za zmianami społecznymi związanymi z intensywnym rozwojem technologii informacyjno-komunikacyjnych. Nowoczesna szkoła wyższa powinna stać się miejscem uczenia, jak podażać za zmianami, miejscem, w którym dowiemy się, jak się uczyć po ukończeniu edukacji szkolnej. Powinna dostarczać uczniom narzędzi i strategii, które pozwolą im stać się krytycznymi, odpowiedzialnymi, aktywnymi ludźmi w erze globalnej gospodarki, nowoczesnych technologii i różnych kultur. Dostarczać wiedzy, jak z tych nowoczesnych technologii korzystać w sposób świadomy i odpowiedzialny. To powinien być cel edukacji dziś – przygotowanie do funkcjonowania w zawodowej przyszłości osób świadomych swoich celów i posiadanych kompetencji.

W tym kontekście kształtowanie kompetencji, zwłaszcza medialnych, powinno zajmować szczególne miejsce w edukacji – szczególnie na kierunkach pedagogicznych. To właśnie edukacja medialna jest w stanie – przynajmniej częściowo – wyposażyć studentów w kompetencje pożądane przez pracodawców. Wacław Strykowski przez kompetencje medialne rozumie *harmonijną kompozycję 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 [tamże, s. 33]:

- intelektualno-kulturowe – obejmują przygotowanie ludzi do świadomego i krytycznego odbioru komunikatów medialnych,
- techniczno-praktyczne – obejmują przygotowanie do sprawnego posługiwania się mediami jako narzędziami pracy intelektualnej, komunikowania i uczenia się.

Realizowanie edukacji medialnej w programach studiów pedagogicznych sprawi, że przygotujemy naszych absolwentów do świadomego, krytycznego i wartościującego odbioru komunikatów medialnych, że nauczymy ich, jak dekodować przekazy medialne, posługiwać się mediami jako narzędziami uczenia się, komunikowania i pracy intelektualnej a tym samym lepiej przygotujemy do zawodowego funkcjonowania w przyszłości. Zamiast konkurować z nowoczesnymi technologiami, powinniśmy zastanowić się, jak dzięki nim zwiększyć efektywność nauczania i uczenia się. Zdecydowanie przyczyni się to też do podniesienia jakości kształcenia, a pamiętajmy, że od niej zależy w coraz większym stopniu możliwość znalezienia pracy [Andrzejczak, 2003, s. 289].

Szczególne uwaga w kształceniu o mediach i „do” mediów powinna przypaść „nowym mediom” – to one bowiem zyskują coraz większe znaczenie, sprawiając że powstają nowe miejsca pracy, a nawet zawody – w tym również dla pedagogów. L. Manovich „nowe media” określa jako wszelkie urządzenia i wytwory posługujące się „językiem danych numerycznych” [Manovich, 2006, s. 82]. W kontekście konwergencji mediów ich poznanie wydaje się niezbędne do prawidłowego funkcjonowania na rynku

pracy. H. Jenkins konwergencję rozumie jako *przepływ treści między różnymi platformami medialnymi, współpracę różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowania odbiorców mediów, którzy dotrą niemal wszędzie, poszukując takiej rozrywki, na jaką mają ochotę* [Jenkins, 2007, s. 9]. Konwergencja zabezpiecza spójność i integrację systemów medialnych, gwarantując usługi, które do niedawna jeszcze występowały oddzielnie. Konwergencja mediów daje zatem możliwość działania zawodowego w przestrzeni medialnej, która stała się otwartą przestrzenią komunikowania się, pod warunkiem posiadania niezbędnych w tym celu kompetencji.

Od wielu już lat ogromną popularnością przy wyborze kierunku studiów cieszą się kierunki pedagogiczne. Wraz z rosnącym niżem demograficznym, a co za tym idzie – likwidacją szkół i przedszkoli – coraz trudniej jednak znaleźć pracę w sektorze edukacyjnym. Alternatywą dla pedagogów mogłoby być poszukiwanie pracy związanej z nowymi technologiami (zgodnie z prognozami powstaje w nich najwięcej nowych zawodów), w których mogliby wykorzystać swoje umiejętności.

Zawody przyszłości

Rewolucyjne zmiany zachodzące na świecie i w organizacjach, na które szkolnictwo wyższe nie reaguje zbyt szybko, sprawiają, że trudniej znaleźć pracę zgodną z wymogami współczesnych pracodawców. Coraz częściej mówi się, że profil kształcenia na poziomie wyższym jest niezgodny z oczekiwaniami pracodawców głównie z paru powodów: kształcenie w wąskich specjalizacjach nie daje przygotowania do pracy na konkretnych stanowiskach, ponadto absolwenci wykazują zbyt mało samodzielności myślenia i umiejętności rozwiązywania problemów oraz nie posiadają kompetencji praktycznych, niezbędnych do pracy na danym stanowisku [Borowska, 2004, s. 9].

Na listach najważniejszych kompetencji, jakie pracownicy stawiają przed swoimi przyszłymi pracownikami znajdują się: *tzw. kompetencje miękkie, tj. osobiste, interpersonalne i podstawowe zarządcze, takie jak efektywna komunikacja, otwartość na uczenie się i rozwój, zaangażowanie, umiejętność pracy w zespole, umiejętność określania priorytetów, etyczne postępowanie, odpowiedzialność, umiejętność organizacji pracy i efektywnego zarządzania czasem oraz elastyczność i zdolność do adaptacji* [Budnikowski i in., 2012]. Mniej istotna dla pracodawców jest *tzw. wiedza „twarda” (zawodowa) – pracodawcy uważają, iż absolwenci powinni prezentować dobry lub bardzo dobry poziom wiedzy ogólnej zawodowej i kierunkowej. Zakładają przy tym, że zaawansowaną specyficzną wiedzę kierunkową przełożą absolwentom w pracy. Tym, co w szczególności liczy się dla pracodawców jest natomiast potencjał absolwentów, ich postawa (pasja, zaangażowanie, chęć do pracy i otwartość na uczenie się) i – wspomniane już – umiejętności miękkie potrzebne w pracy* [tamże].

Pojawiające się zmiany zmuszają nas do przekwalifikowania się co najmniej kilka razy w życiu, by „nie wypaść” z rynku. Co może pomóc młodym ludziom w podjęciu decyzji, jaką drogę rozwoju zawodowego obrać? W Polsce powołany został *Międzyresortowy Zespół do Prognozowania Popytu na Pracę* – organ pomocniczy Rady Ministrów. Jego zadaniem jest analiza rynku pracy, zachodzących w nim zmian oraz prognozowanie przyszłych tendencji. Zespół opublikował listę 100 zawodów przyszłości, tzn. takich profesji, które staną

się bardzo pożądane i potrzebne na rynku pracy, a które już teraz mogą pomóc absolwentom szkół w wyborze ścieżki kariery. W raporcie *Foresight kadr nowoczesnej gospodarki* przedstawiono trzy potencjalne scenariusze rozwoju Polski, mające wpływ na kształt rynku pracy oraz analizę rozwoju czterech branż: technologii informacyjno-komunikacyjnych, przemysłu chemicznego, maszynowego, energetycznego [<http://www.parp.gov.pl/files/74/81/305/5266.pdf>, 2009]. Przewidywania tych dwóch grup ekspertów pokazują, że umiejętności i kompetencje, które dziś są pożądane, w przyszłości będą należały do standardowych wymagań stawianych pracownikom. Kluczowe z nich to: przekwalifikowalność, mobilność przestrzenna, umiejętność zarządzania wiedzą, znajomość technologii informatycznych, kreatywność i przedsiębiorczość, umiejętność pracy w zespole, a także znajomość języków obcych i umiejętność funkcjonowania w otoczeniu międzynarodowym. Zgodnie z prognozami powstanie wiele nowych zawodów i upowszechnią się niszowe dzisiaj specjalności. Dynamicznie rozwijały się będą w szczególności te związane z technologiami informacyjno-komunikacyjnymi i koniecznością uporządkowania strumienia informacyjnego. Już teraz powstaje coraz więcej organizacji wirtualnych, których podstawą jest *sprawnie działająca sieć komunikacyjno-informacyjna oraz pracownicy* [Borowska, 2004, s. 37]. Taką organizację tworzą ludzie znajdujący się (nierazko) w różnych częściach świata, lecz pracujący nad wspólnym celem, dla osiągnięcia którego każdy z nich wnosi swoje specyficzne umiejętności [tamże, s. 37-38]. Również osoby zajmujące się edukacją coraz częściej zatrudniane są w takich organizacjach. Edukacja jest tą dziedziną, która wciąż ewoluuje i której rola będzie rosła. Dzięki postępowi technicznemu coraz popularniejsze stają się platformy e-learningowe umożliwiające uczenie na odległość. W związku z tym pojawia się zapotrzebowanie na specjalistów, dzięki którym prowadzenie e-learningu przez poszczególne placówki stanie się możliwe. Ale powstają też inne miejsca pracy dla osób związanych z edukacją, takie jak dydaktyk medialny, e-mentor, mentor multimedialny, ewaluator treści e-learningowych, manager zawartości serwisów internetowych, manager ruchu na stronach internetowych, manager informacji, projektant układu stron w grach komputerowych, programach multimedialnych, edukacyjnych, specjalista ds. kanału e-mail, organizator pracy wirtualnej czy też etyczny haker [Iwanicka, 2011, s. 152-159].

Aspiracje zawodowe studentów pedagogiki medialnej – badania własne

Dawny liniowy związek między kierunkiem studiów i pracą już nie istnieje. Nie możemy już myśleć o wyborze zawodu w sposób linearny, a zdobyte przez nas wcześniej doświadczenie zawodowe nie zagwarantuje nam pracy w tym samym miejscu, do końca życia [Brooks, 2010, s. 8-15]. Studenci UAM w Poznaniu, na kierunku pedagogika, specjalności edukacja medialna i technologie informacyjne są przygotowywani do myślenia o swojej karierze zawodowej w taki właśnie nielinearny sposób – czy jednak rzeczywiście zdają sobie sprawę z trudności, jakie ich czekają z odnalezieniem się na rynku pracy? Co sprawia, że wybierają naszą specjalizację, co pomaga im w podjęciu decyzji, jaką drogę rozwoju zawodowego obrać? Czy ich zdaniem, ukończenie specjalności edukacja medialna i technologie informacyjne ułatwi im później znalezienie pracy? Czy w ogóle wiążą swoją przyszłą pracę zawodową z ukończoną specjalnością i co myślą o kompetencjach

medialnych w kontekście nabywania kompetencji kluczowych ułatwiających orientację na rynku pracy? Czy uważają, że specjalność *edukacja medialna* jest w stanie wyposażyć ich w kompetencje medialne na tyle dobrze, że sami będą w stanie kreować swoje miejsca pracy i jakie ich zdaniem mogłyby to być miejsca? O to zapytałam studentów UAM w Poznaniu (studia stacjonarne II stopnia, kierunek pedagogika, specjalność edukacja medialna i technologie informacyjne). Badanie zostało przeprowadzone, na potrzeby niniejszego opracowania, w formie sondażu diagnostycznego (ankieta) wśród 53 studentów (w tym 48 kobiet, 5 mężczyzn) w wieku 19-23 lat (33 osoby), 24-26 lat (18 osób). W tym miejscu chciałabym wyraźnie zaznaczyć, że prezentowane w pracy wnioski z badań odnoszą się wyłącznie do wypowiedzi osób, które brały udział w badaniach. Z tego powodu nie jest możliwe uogólnianie oraz przypisywanie sformułowanych konkluzji innym grupom, zarówno wewnątrz, jak i poza środowiskiem badania.

Analiza wypowiedzi osób badanych wykazała, że większość wybrała tę specjalność pedagogiki ponieważ byli przekonani, że umożliwi im znalezienie ciekawej pracy (30%). Niemal tyle samo osób uznało specjalność edukacja medialna za tą, na której nauczą się nowych, praktycznych umiejętności, potrzebnych do dobrego funkcjonowania na rynku pracy (27%). Rozwijanie własnych zainteresowań, zgodnych z profilem specjalności, było ważne dla 21% ankietowanych, zaledwie 5% badanych przyznało, że wybrało specjalność z przypadku, nie mając innych pomysłów.

Pytani o to, czy swoją zawodową przyszłość planują związać z ukończoną specjalnością i rozpocząć poszukiwanie pracy zarówno w instytucjach medialnych, jak i placówkach, i firmach zajmujących się zastosowaniem i ewaluacją mediów edukacyjnych, aż 75% ankietowanych odpowiada pozytywnie. Podobnie 71% studentów jest zadowolonych z przebiegu studiów i wyboru specjalności. Ale aż 56% z nich ma obawy, czy rzeczywiście uda im się znaleźć pracę zgodną z oczekiwaniami i aspiracjami. Zaledwie 12% wykazuje się pełnym optymizmem i uważa, że po studiach bez problemu znajdzie zatrudnienie na stanowisku ich interesującym.

Studenci nie są jednak pewni, czy specjalność dobrze przygotowuje ich do pracy zawodowej. Niemal połowa ankietowanych 45% jest zdania, że tak, ale niemal tyle samo (41%) ma wątpliwości, uzasadniając je tym, że w programie studiów jest za mało przedmiotów kierunkowych realizowanych praktycznie, przygotowujących do zawodu, a za dużo wspólnych dla całego kierunku pedagogika, z którym nie czują się związani, i dla których nie widzą uzasadnienia w programie tej konkretnej specjalności.

Studenci pytani o wymarzone miejsce pracy (pytanie otwarte) wykazują się dużą kreatywnością – większość ich odpowiedzi jest powiązana z profilem specjalności edukacja medialna. Ankietowani w przeważającej większości chcieliby pracować w szeroko rozumianych mediach – najczęściej pojawiające się odpowiedzi to: agencje reklamowe, telewizja (realizacja programów edukacyjnych, dziennikarz), prasa (felietonista, redaktor w czasopiśmie edukacyjnych, dziecięcych, komputerowych), wydawnictwa multimedialne, rozgłośnie radiowe (dziennikarz radiowy, realizator dźwięku). Badani często typowali Internet jako miejsce pracy – przy redagowaniu portali internetowych (w tym edukacyjnych), tworzeniu stron WWW, tworzeniu i ewaluowaniu kursów zdalnych, opracowywaniu programów edukacyjnych, programów multimedialnych, interaktywnych.

Zapytani o to, jakie cechy powinna mieć ich wymarzona praca, wyżej niż zarobki (39%) stawiają miłą, przyjacielską atmosferę w pracy (40%). Równie cenna jest dla nich możliwość rozwoju zawodowego i podnoszenie swoich kwalifikacji (37%). Badani doceniają też pracę, która wiąże się z elastycznym zarządzaniem własnym czasem, lub też pracą w domu (tzw. home office lub telepraca – 26%). Zaledwie dla 10% praca zgodna z kierunkiem studiów – mimo wcześniejszych deklaracji – jest ważna na tyle, aby właśnie tę cechę uznać za priorytetową.

Ciekawiło mnie też, co ich zdaniem gwarantuje sukces przy poszukiwaniu pracy? Według 20% to doświadczenie, którym mogą się wykazać przed pracodawcą, na drugim miejscu stawiając konkretne umiejętności praktyczne związane z zawodem (17%), kompetencje społeczne i znajomość języków obcych (po 15%). Kompetencje medialne zaledwie 8% badanych postrzega jako kluczowe przy poszukiwaniach pracy.

Zapytani (pytanie otwarte) o to, czy ich zdaniem kompetencje medialne są potrzebne do prawidłowego funkcjonowania na rynku pracy, niemal wszyscy odpowiadają, że to kompetencje, bez których nie można dziś dobrze funkcjonować zawodowo. Podkreślają, że ich posiadanie przez kandydata do pracy jest dziś oczywiste dla pracodawców – zwłaszcza techniczno-praktyczne kompetencje są niezbędne, aby tak otrzymać pracę, jak i się w niej utrzymać. Badani dostrzegają też potrzebę posiadania kompetencji intelektualno-kulturowych, ale uważają, że tylko niektóre obszary zawodowe rzeczywiście będą je egzekwowały. Za takie uważają wszystkie stanowiska pracy związane z mass mediami, ale i edukację – posiadanie takich kompetencji znacznie ułatwia pracę z dziećmi, młodzieżą, pozwala lepiej tłumaczyć im otaczający świat, mechanizmy działania mediów, pokazać jak nie poddać się manipulacji medialnej i jak krytycznie oceniać medialne komunikaty. Ankietowani podkreślają też, że kompetencje intelektualno-kulturowe znacznie ułatwiają orientację w społeczeństwie sieciowym, pomagają w samorozwoju i nabywaniu nowych kompetencji związanych z miejscem pracy. Jak słusznie zauważyła jedna z ankietowanych: *Kompetencje techniczno-praktyczne pomagają dostać pracę, intelektualno-kulturowe ją utrzymać i rozwijać się dalej.*

Zapytałam również, czy po zakończeniu studiów rozważają założenie działalności własnej – 12% twierdzi, że zdecydowanie tak, 77% nie myślała o takiej formie pracy, pozostałe 12% nie ma zdania lub nie jest przekonana do takiej formy działalności zawodowej. Zapytani w następnej sekwencji, czy uważają, że po skończonej specjalności edukacja medialna i technologie informacyjne byłoby w stanie samodzielnie stworzyć sobie miejsce pracy, wymyślić zapotrzebowanie na jakąś medialną usługę i „sprzedać ją” klientowi, mniej niż połowa ankietowanych odpowiada, że tak i wykazuje się dużą pomysłowością w wymyślaniu potencjalnych miejsc pracy i zawodów. Odpowiedzi, jakie podawali badani wiążą się z tzw. nowymi zawodami, wymienionymi przeze mnie wcześniej, w jakich pedagog po specjalności edukacja medialna może pracować [Iwanicka, 2011, s. 152-157]. Ankietowani deklarują, że mogliby pracować jako dydaktycy mediów (osoba, która przygotowuje oprogramowanie i przenosi wiedzę podręcznikową na nośniki multimedialne, zawód ten wymaga biegłej znajomości obsługi komputera, a także wiedzy z zakresu pedagogiki), szkoleniowcy w zakresie technicznej obsługi mediów, graficy komputerowi, edytorzy filmu i wideo, redaktorzy online (zajmują się pozyskiwaniem,

tworzeniem, redagowaniem i zamieszczaniem na stronach internetowych informacji, artykułów i innych publikacji), blogerzy tematyczni, jako osoby odpowiedzialne za prowadzenie kanałów tematycznych na YouTube, za prowadzenie FunPageów na Facebooku, tworzenie internetowych kampanii społecznych, internetowych programów edukacyjnych, Content Manager (osoby odpowiedzialne za zawartość serwisów internetowych). Menedżer informacji (zajmuje się wyszukiwaniem informacji w Internecie, wykorzystuje do tego profesjonalne oprogramowanie oraz zaawansowane procedury). Reszta badanych twierdzi, że może i mają pomysł na samodzielne stanowisko pracy, ale nie chcą się nim dzielić, bądź też nie mają zdania i pomysłu.

Wygląda więc na to, że w dalszym ciągu młodzi ludzie w większości postrzegają rynek pracy w tradycyjny sposób, nie dostrzegając zachodzących zmian, potrzeby kreatywności, tworzenia zapotrzebowania na usługi, które sami zaproponują swoim klientom. Mało w nich odwagi, aby na rynek pracy wkroczyć o własnych siłach, biorąc zawodowy los we własne ręce. Pytani jednak o ocenę własnych kompetencji zawodowych, jakie uzyskają po zakończonych studiach 17% uważa, że będą mogli śmiało pracować jako medialni dydaktycy bądź ewaluatorzy treści multimedialnych, 15% jest przekonanych, że będą dobrze przygotowani do pracy w mass mediach – zwłaszcza telewizji, radiu i prasie, 13% jest zdania, że będą mogli samodzielnie tworzyć różnego rodzaju komunikaty internetowe, być e-mentorem bądź też pracować jako specjalista w mediach społecznościowych.

Podsumowania

Kompetencje medialne stają się dziś kluczowymi kompetencjami dla pedagogów opuszczających mury uniwersytetu. Niezależnie od tego, czy będą pracować w sektorze edukacyjnym czy medialnym, ich posiadanie powinno być obligatoryjne – potrzebę taką dostrzegają zarówno sami studenci, jak i ich przyszli pracodawcy. Młodzież wzrasta dziś w świecie mediów – jako *digital natives* nie musimy ich już uczyć technicznej obsługi mediów, bo to już świetnie potrafią. Nie wszyscy rozumieją jednak, że kompetencje intelektualno-kulturowe są tak samo potrzebne – to właśnie one przygotowują do świadomego posługiwania się mediami, dekodowania medialnych komunikatów, umiejętnej pracy zarówno z nimi, jak i przy ich pomocy. Zwłaszcza dla studentów kierunków pedagogicznych taki rodzaj kompetencji powinien być szczególnie ważny, absolwenci będą przecież w przyszłości pracować z ludźmi, którzy zanurzeni są w przestrzeni medialnej. Studenci edukacji medialnej i technologii informacyjnych wiedzą o tym, jak ważną rolę odegrają kompetencje medialne w poszukiwaniach miejsca pracy, wciąż jednak zbyt trudno im się przestawić na inny niż tradycyjny sposób kreowania swojej zawodowej przyszłości – są zbyt pasywni, zbyt dużo oczekują od innych, nie dostrzegając, że tylko od nich, ich inwencji i kreatywności zależy to, jak zaistnieją w społeczeństwie informacyjnym.

Bibliografia

Andrzejczak A. Ł.: *Rola edukacji w kształtowaniu kapitału ludzkiego i rynku pracy w Polsce*. [W:] *Edukacja wobec rynku pracy. Realia – możliwości – perspektywy*. Red. R. Gerlach. Wydaw. Akademii Bydgoskiej, Bydgoszcz 2003

- Borowska A.: *Kształcenie dla przyszłości*. Wydaw. Akademickie „Żak”, Warszawa 2004
- Brooks K.: *Jaki wybrać zawód? Zaplanuj swoją przyszłość*. Branta Oficyna Wydawnicza, Bydgoszcz 2010
- Iwanicka A.: *Nowe zawody (w sieci) przyszłością dla pedagogów*. Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2011
- Jenkins H.: *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*. WAIp, Warszawa 2007
- Manovich L.: *Język nowych mediów*. WAIp, Warszawa 2006
- Strykowski W.: *Kompetencje medialne: pojęcia, obszary, formy kształcenia*. [W:] *Kompetencje medialne społeczeństwa wiedzy*. Red. W. Strykowski, W. Skrzydlewski, Wydawnictwo eMPI2, Poznań 2004

Bibliografia internetowa

- Budnikowski A., Dabrowski D., Gąsior U., Macioł S.: *Pracodawcy o poszukiwanych kompetencjach i kwalifikacjach absolwentów uczelni – wyniki badania*. „E-mentor” 2012, nr 4 (46). <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/46/id/946> [dostęp 14.06.2013]
- Raport Foresight kadr nowoczesnej gospodarki*. Red. K. B. Matusiak, J. Kuciński, A. Gryzik (2009). <http://www.parp.gov.pl/files/74/81/305/5266.pdf> [dostęp 14.06.2013]