

Emilia Musiał
emusial@up.krakow.pl
Katedra Technologii i Mediów Edukacyjnych
Uniwersytet Pedagogiczny
Kraków

Wielowymiarowość nowych mediów

Wstęp

Żyjemy w rzeczywistości, którą Z. Bauman nazywa płynną nowoczesnością, dlatego musimy być świadomi tego, że wszystko, co nas otacza podlega ciągłej zmianie – także media. Analiza literatury dotyczącej mediów pozwala zauważyć, że media ewoluowały i ciągle podlegają temu procesowi, a to, co dzisiaj uważamy za nowe i fascynujące, jutro zacznie odchodzić do lamusa. Kiedy w połowie lat 90. ubiegłego wieku zaczęły pojawiać się media w pełni cyfrowe, tj. strony WWW, e-mail czy listy dyskusyjne, nikt nie kwestionował tego, że są to media nowe. Dziś mamy media, o których też mówimy, że są nowe – a nawet według P. Levinsona „nowe nowe” – a które ściśle wiążą się z ideą Web 2.0 (np. portale społecznościowe, serwisy wideo, wirtualne światy społecznościowe, dzienniki sieciowe, serwisy zajmujące się gromadzeniem i udostępnianiem linków do ważnych treści internetowych).

Fenomen tych nowych mediów (dostępnych tu i teraz z poziomu Internetu) każe zastanowić się nad ich przydatnością w życiu i funkcjonowaniu każdego z nas – ucznia, studenta, czy osoby dorosłej. Dlatego, biorąc pod uwagę m.in. statystyki popularności tych mediów, a także własną analizę zjawiska, celem opracowania jest zwrócenie uwagi na psychologiczne, socjologiczne i edukacyjne aspekty nowych mediów, które uruchamiają nowe sposoby na to, aby ich użytkownicy mogli wymieniać się poglądami, ulubionymi zdjęciami i filmami, czy też po prostu rozmawiać z sobą.

1. O nowych mediach słów kilka

Media – najogólniej rzecz biorąc – oznaczają systemy bądź narzędzia do utrwalania informacji (słowa, obrazu, dźwięku) w czasie i przekazywania jej w przestrzeni [Goban-Klas, 2005]. Szczególne miejsce zajmuje tu Internet, który oferuje nam media (np. Wikipedia, YouTube, Facebook, Twitter, Second Life, blogi) wyróżniające się tym, że:

- treści generują najczęściej nieprofesjonalni użytkownicy Sieci (mogą wybrać najbardziej odpowiednią dla siebie formę przekazu);
- konsument nie ponosi żadnych kosztów, a producent może czerpać zyski;
- rywalizują ze sobą i wzajemnie się dopełniają;
- są dostępne 24h na dobę;
- oferują dużą interakcję między członkami społeczności [Levinson, 2010, s. 11-15].

Zatem to, co wyróżnia nowe (współczesne) media, stanowiące nieodzowny element płynnej rzeczywistości to: integracja (konwergencja), kompresja czasowo-przestrzenna, sieciowość, globalność (deterytorializacja), decentralizacja, multi- i hipermedialność,

interaktywność, mobilność (miniaturyzacja) [zob. Morbitzer, 2009, s. 25; Morbitzer, 2012, s. 323].

Nowe media nie tylko umożliwiają łączenie ludzi, budowanie i podtrzymywanie relacji, dzielenie się informacjami, historiami, przemyśleniami i emocjami w oparciu o swoje indywidualne profile (Facebook, Twitter, Second Life), ale także sprzyjają bardziej osobistej komunikacji, pozwalającej na zachowanie swoich pomysłów, doświadczeń i uczuć w trwały sposób na przyszłość, takie jak blogi i mikroblogi. Mogą ponadto stanowić swego rodzaju serwisy skoncentrowane wokół jednego typu komunikatów: wideo (YouTube), encyklopedycznej informacji (Wikipedia) oraz linków i skrótów najważniejszych wiadomości (Digg).

Nieodzownym warunkiem funkcjonowania nowych mediów (reprezentujących technologię Web 2.0) jest ich społecznościowy wymiar, który pozwala komunikować się na różnych poziomach z innymi ludźmi, nawet mieszkającymi na drugim końcu globu. Ich użytkownicy, dzięki zarejestrowaniu w takim serwisie mają szansę na tworzenie i wymianę pewnych treści, zwłaszcza graficznych, niemal nieustannie, czego dowodzą liczne statystyki mówiące, że:

- na świecie jest już ponad miliard użytkowników Facebooka [*Emerging Markets...*, 2013], w Polsce – prawie 9 mln (największy odsetek członków portalu ma od 18 do 24 lat, według Alexa portal ten jest na drugim miejscu pod względem popularności portali internetowych w naszym kraju) [*Prawie 9 mln...*, 2012];
- Wikipedię odwiedza miesięcznie ponad 400 mln osób i jest ona siódmym pod względem popularności portalem internetowym świata [*Top Sites*, 2013], liczba artykułów polskiej Wikipedii przekroczyła w 2013 r. 970 510 haseł [*Wikipedia...*, 2013];
- YouTube odwiedza miesięcznie ponad miliard użytkowników, każdego miesiąca użytkownicy spędzają ponad 4 miliardy godzin na oglądaniu filmów w YouTube, co minutę do YouTube trafiają 72 godziny filmów, portal ten jest dostępny w 53 krajach i 61 językach [*YouTube: Statystyki*, 2013], w Polsce w marcu 2013 r. było 13,4 mln użytkowników [*Megapanel...*, 2013].

Nowe media nie tylko zaspokajają nasze naturalne potrzeby współpracy z innymi ludźmi, wymiany doświadczeń, informacji, zainteresowań, ale także umożliwiają nam skuteczną realizację celów rozrywkowych i zawodowych, jak również w coraz większym stopniu edukacyjnych.

2. Psychologia nowych mediów – wybrane aspekty

Psychologia to nauka badająca mechanizmy i prawa rządzące psychiką oraz zachowaniami człowieka [Okoń, 2004, s. 337] – jej przedmiotem zainteresowań jest więc jednostka. Ponadto jest dziedziną, która pomaga poznać i zrozumieć człowieka znajdującego się w różnych sytuacjach życiowych i na różnych etapach życia, także w kontekście Internetu stanowiącego nowy rodzaj środowiska, które może i wywiera potężny wpływ na nasze zachowania.

Trudnego zadania podjęła się w swojej książce Patricia Wallace, próbując odpowiedzieć na pytanie: Czy istnieje coś takiego, jak psychologia Internetu? Traktując jako punkt wyjścia fakt, iż miliony ludzi z całego świata codziennie spotykają się w wirtualnym

świecie, aby porozmawiać, zdobyć potrzebne informacje, nauczyć się, zabić się czy zarobić, Wallace opisuje, w jaki sposób Sieć oddziałuje na naszą psychikę. Czy pod jej wpływem zmieniamy się? Czy wywieramy wpływ na innych użytkowników cyberprzestrzeni? Jaki wpływ wywiera wirtualny świat na rozwój stosunków międzyludzkich? [Wallace, 2005]. Wiadomo, że Internet to dosyć skomplikowany i cały czas nas zaskakujący twór technologiczny, dlatego warto podjąć próbę spojrzenia na nowe media dostępne właśnie z poziomu Sieci pod tym kątem, po to aby przekonać się, jak wpływają one na nas samych.

Jedną z podstawowych form komunikacji współczesnych mediów jest pismo (choć mogą wykorzystywać też obrazy oraz nagrania audio i wideo), a ich celem jest informowanie (oferują treści o charakterze informacyjnym). Ta forma komunikacji wpływa istotnie na wrażenie, jakie robimy na ludziach, którzy są naszymi partnerami w interakcjach za pośrednictwem Sieci, a z którymi nie mieliśmy nigdy innego kontaktu niż w cyberprzestrzeni. To, co piszemy niekoniecznie jest tym samym, co powiedzielibyśmy bezpośrednio. W Sieci robimy wrażenie bardziej chłodnych, drażliwych i kłótlivych niż w rzeczywistości, a to głównie z powodu ograniczeń, jakie wprowadza ten środek przekazu [Wallace, 2005, s. 27]. Stąd może nasze przykre zachowania, jakie możemy zaobserwować śledząc wpisy na portalach społecznościowych czy komentarze cudzych blogów.

To, co nas ludzie pociąga w nowych mediach to także szeroki wachlarz ról, w które wcielając się możemy oszukiwać, mówić nieprawdę i przesadzać, stać się kimś innym – wszystko częściowo dzięki poczuciu anonimowości i braku lęku przed konsekwencjami. Praktycznie rzecz biorąc łatwo jest założyć profil na Facebooku, nie mając w rzeczywistości skończonych 13 lat; pojawić się w wirtualnym pokoju rozmów dla nastolatków, nie będąc ich rówieśnikiem i próbując dowiedzieć się ich adresów i numerów telefonów; fałszować tożsamość swoją, ale także i innych, zmieniając płeć lub upodobania seksualne bez żadnego powodu – od tak dla zabawy; stać się figlarzem celowo wprowadzającym błędy do Wikipedii, wykorzystującym każdą okazję, by przeszkodzić tym, którzy pragną uczynić encyklopedię online jak najlepszą, czy też stać się oszustem pasywnym na mechanizmie selekcji informacji w oparciu o opinie i rekomendacje użytkowników uznanych za wiarygodnych (np. można kupić głosy na Digg, gdzie internauci głosują na teksty).

Niestety, nowe media to także złodziej czasu, który przyczynia się do tego, iż część ludzi ma kłopoty z porządkowaniem sobie życia, bowiem zbyt dużo czasu spędza w Sieci. Konsekwencją takiego stanu jest słabnący kontakt z rodziną i przyjaciółmi z realnego życia na „korzyść” słabych związków powstałych w Internecie, a to może prowadzić do wzrostu poczucia osamotnienia i stanów depresyjnych. Szczególnie niebezpieczne są te media, które umożliwiają synchroniczną komunikację (m.in. Facebook, Second Life), zwłaszcza *gdy chodzi o ludzi, którzy w prawdziwym życiu mają kłopoty z samooceną, brakuje im wsparcia ze strony otoczenia lub nie umieją nawiązać satysfakcjonujących związków* [Wallace, 2005, s. 239]. Zdawać by się mogło, że to właśnie one są odpowiedzialne za to, że ludzie nadmiernie z nich korzystają, a w skrajnych wypadkach – zaczynają się od nich uzależniać.

Ponadto angażowanie się w pewne obszary nowych mediów może być źródłem licznych ataków ze strony pedofili, dewiantów, sekciarzy czy grup przestępczych. W kontaktach tych dochodzi do otrzymywania np. sprośnej korespondencji, mogącej mieć negatywny wpływ na psychikę młodego człowieka, przekonywania innych do swojej ideologii

i pozyskiwania członków sekty, ulegania często atrakcyjnym ofertom, polegającym m.in. na współpracy w rozprowadzaniu rzeczy pochodzących z kradzieży, nielegalnego oprogramowania, środków odurzających itp.

Nie ulega wątpliwości, że media społecznościowe traktowane są ponadto przez wiele, zwłaszcza młodych osób, jako miejsca wymiany i uzewnętrzniania własnych myśli, przekonań i światopoglądu. Nierozważne pisanie o swoich problemach, zainteresowaniach, wydarzeniach z własnego życia, znacząco ułatwia możliwość podszycia się pod naszą osobę, czy stworzenie przekonującej wiadomości tak, byśmy kliknęli odnośnik lub pobrali „potrzebny nam” program czy materiał. Specjaliści twierdzą, że niczym nieograniczone zaufanie i typowo ludzka chęć dzielenia się myślami, prędzej czy później może doprowadzić do przykrych konsekwencji – głównie wycieku poufnych informacji.

3. Socjologiczny wymiar nowych mediów

Socjologia jako nauka, której głównym obszarem zainteresowania jest jednostka funkcjonująca w grupie wyodrębniła stosunkowo niedawno nową subdyscyplinę – socjologię Internetu. Zajmuje się ona badaniem zachowań ludzkich w Internecie, np. użytkowników serwisów społecznościowych czy członków for i grup dyskusyjnych. Ponadto wśród ważnych dla socjologów Internetu zagadnień znalazły się nierówności w Sieci (wykluczenie cyfrowe), społeczności wirtualne i kapitał społeczny, polityka, organizacje wirtualne i związane z tym zjawiska kulturowe [*Socjologia...*, 2013].

Istotą rozwoju społecznego człowieka jest fakt, iż dokonuje się on przez uczestnictwo w różnego rodzaju grupach społecznych. Grupa zapewnia wsparcie i umożliwia artykułowanie własnych przekonań. Potrzeba akceptacji ze strony środowiska, w jakim żyjemy i funkcjonujemy jest do tego stopnia nasiloną, iż w celu jej zaspokojenia głównie młody człowiek może podejmować zachowania konformistyczne, niezgodne z akceptowanymi przez siebie wartościami. Stąd częste wstępowanie młodzieży do różnych subkultur, które mają swoje strony internetowe, opanowały media społecznościowe – publikacje na ich temat są dostępne na Blipie, Twitterze, Facebooku.

Bardzo interesującym zjawiskiem internetowym, obserwowanym w kilku ostatnich latach jest „mem”. Ta swego rodzaju globalna subkultura internetowa potrafi wchłonąć wiele osób jednocześnie i powoduje niczym nieskrępowaną inicjatywę w produkowaniu kolejnych – zamieszczanych np. na portalach społecznościowych – odniesień i kontynuacji pierwotnego tematu (bawią się formą, stylami, odnajdują ciekawe analogie i błyskotliwie łączą fakty tak, by wyłoniło się z nich nowe znaczenie, miksują teksty kultury, dodają do nich satyryczne podpisy, używają swojego własnego języka).

Ponadto, przedstawiciele subkultury internetowej potrafią połączyć się w walce o wspólną ideę, o poprawę życia bądź o swoje prawa – wymienić tu można choćby międzynarodowe zamieszanie wokół ACTA [*Punki, hippisi...*, 2012]. Warto odnotować także fakt, że takie i inne subkultury internetowe mają zauważalny wpływ na kształtowanie nowego obrazu świata, wymuszając zmiany w sferze aksjologii, czyli zestawie uznawanych i wyznawanych wartości [Tadeusiewicz, 2002, s. 215].

Wyjątkowość nowych mediów polega na tym, że tworząca się wokół nich społeczność *jest zdolna do nieograniczonego akumulowania informacji, a być może także*

pierwszą organizacją zdolną do zbiorowego budowania mądrości [Tadeusiewicz, 2002, s. 117]. Rozwijają zdolność do grupowej pracy umysłowej – wszelkie narady, konferencje, posiedzenia, kolektywne oceny faktów i zbiorowe wypracowywane decyzje są dostępne z poziomu Facebooka, Wikipedii, YouTube czy Second Life. Nie inaczej przecież, jak tylko w społeczności uczymy się łagodzić pretensje, wspólnie decydować i jako wspólnota trzymać się razem wypracowanej decyzji.

Ta zdolność osób do podnoszenia poziomu wiedzy, kompetencji, umiejętności poprzez współpracę, debatę, a czasem rywalizację jawi się jako zbiorowa inteligencja (ang. *collective intelligence*). Termin ten wprowadzony przez Pierre`a Lévy`ego, oznacza sumę wszystkich informacji gromadzonych przez indywidualnych ludzi [Lévy, 1997, s. 20]. Zatem grupy współpracują ze sobą przekazując innym uczestnikom wiedzę na dany temat, dopingują członków do poszukiwania nowych informacji, co stanowi podstawę do rozwoju, dyskusji, negocjacji w ramach danego tematu. Każdy, kto zauważy błąd może modyfikować definicje, dopisać brakujące informacje, kasować niepoprawne dane. Istota tkwi jedynie w tym czy to zrobimy i czy wykształcimy w sobie odpowiedzialność za treści ogólnie dostępne społeczności [Encyklopedia zarządzania..., 2013].

Nowe media, które cieszą się tak dużą popularnością, głównie wśród młodych ludzi, oferują im także niedoskonałą, ale bezpieczną i wygodną formę obcowania ze skarbami cywilizacji – „turystykę internetową”. Ta forma – nie tak idealna jak osobista kontemplacja – obcowania z pięknem znacznie silniej oddziałuje na psychikę „wirtualnie zwiedzających”, niż bierne obejrzenie filmowego reportażu czy reprodukcji w albumie [Tadeusiewicz, 2002, s. 47]. Zatem dzieło sztuki osiągalne z poziomu wirtualnego świata, jakim jest np. Second Life lub mające swoje odniesienie na Facebooku, staje się dostępne dla milionów ludzi na całym świecie, a bez Sieci byłoby to nieosiągalne.

4. Nowe media jako narzędzie edukacyjne

Dziś, aby aktywnie funkcjonować zawodowo, społecznie każdy z nas potrzebuje pewnych umiejętności (kompetencji kluczowych), wśród których znajduje się skuteczne komunikowanie się w różnych sytuacjach, efektywne współdziałanie w zespole, rozwiązywanie problemów w twórczy sposób, a także sprawne posługiwanie się technologią informacyjną. Dlatego w obszarze edukacji konieczne jest nadążanie za zmianami i dostosowywanie się do nowej rzeczywistości, a przede wszystkim wykorzystywanie metod nauczania z użyciem narzędzi interaktywnych i internetowych – nowych mediów. Pamiętajmy, że to pokolenie lubi być panami swego czasu, jest społeczne, a komputer i telefon komórkowy to ich „standardowe wyposażenie”. Trzeba więc angażować ich w pracę grupową (oni lubią wymianę opinii) i w dyskusję, a przede wszystkim wykorzystywać ich pozaszkolne zainteresowania w kształceniu formalnym.

Nową wartością – jeśli chodzi o nowe media – jest m.in. różnorodność form współpracy osób (wspólne zadania, projekty badawcze, wspólne planowanie, tworzenie, organizowanie), zniesienie bariery odległości, zapewnienie nieograniczonej dostępności do wiedzy, ale także możliwość współpracy i rozwoju dla osób zagrożonych wykluczeniem społecznym. Współpraca w Sieci, która niweluje wiele zahamowań i wyzwala pomysłowość indywidualistów może pomóc uczniom przejąć kontrolę nad własnym procesem uczenia się

– trafnie podejmować decyzje typu: czego i w jakiej kolejności nauczyć się, jak wychwycić błędy i luki, co uznać za najważniejsze i jak te fragmenty wyróżnić z całości materiału [Musiał, 2010]. Pamiętajmy, że zgodnie z zasadą aktywnego wiązania teorii z praktyką, aby się czegoś nauczyć, uczniowie muszą reagować czynnie. Mogą to być odpowiedzi uczniów na pytania lub samodzielny wybór materiału dostępnego w Wikipedii, YouTube czy na Facebooku, który wymaga uporządkowania (strukturalizacji) w celu wyodrębnienia w miarę logicznych układów, które powinny między sobą zawierać pewne zgodne elementy i związki.

Niewątpliwą zaletą nowych mediów jest możliwość spontanicznego grupowania się osób z jednej klasy (roku, grupy, kursu) na portalach społecznościowych (np. Facebook), forach dyskusyjnych, w przestrzeniach wirtualnych (np. Second Life) i tworzenia najprostszych i dość powszechnych form społeczności, mających charakter edukacyjny. Podstawowym celem takiej społeczności inicjowanej przez osoby uczące się jest wzajemna pomoc i wymiana informacji. Często użytkownicy takich społeczności samorzutnie służą sobie radą, w miarę możliwości organizują pomoc, dzielą się doświadczeniem lub dorobkiem. Takie społeczności mogą być także inicjowane przez nauczycieli czy wykładowców (np. eAkademia w Second Life, fora lub grupy dyskusyjne dla danej klasy, grupy studenckiej czy kursu na Facebooku), gdzie zaangażowanie w społeczność ma charakter ukierunkowany – polega na wskazywaniu użytkownikom interesujących miejsc, które warto odwiedzić, interesujących tematów, którymi warto się zająć. Co więcej, dzięki takim inicjatywom tworzą się nowe przejawy kulturowe bazujące na wspomnianej już wcześniej inteligencji zbiorowej uczestników, którzy poprzez tworzenie nowych treści i udostępnianie ich innym użytkownikom, czyli pracę, a także zabawę – nadpisują treści, modyfikują je, poprawiają, rozszerzają, dodają różnorodne rozwiązania i wprowadzają je w obiekt – wszyscy włączają się do współtworzenia nowej rzeczywistości.

Nowe media reprezentują technologię Web 2.0, która pozostawia użytkownikowi znacznie większe pole do własnej aktywności – użytkownicy mogą sami dostarczać treści, także zgodnie ze swoimi indywidualnymi preferencjami, np. w postaci [Musiał, 2011]:

- słowa pisanego i mówionego – słuchanie lub oglądanie profesjonalnych materiałów pochodzących z telewizyjnych programów oraz amatorskich klipów wideo w YouTube, prowadzenie pamiętnika w formie bloga, comicsbloga, dziennika nauki, wymiana informacji w oparciu o swój profil na Facebooku, subskrypcja interesującego taga na blogu, dołączanie komentarzy tekstowych do filmów w YouTube, komentowanie wpisów na Twitterze lub Facebooku, tworzenie, uzupełnianie lub poprawa haseł w Wikipedii;
- wizualizacji i orientacji przestrzennej – graficzne przedstawianie swoich pomysłów (prowadzenie sketchbloga), zapoznanie się z technikami rysowania (założenie strony internetowej i dzielenie się z innymi własnymi przemyśleniami z poziomu Facebooka), rejestracja pomysłu w formie wideo i umieszczenie go na swoim kanale w YouTube i vblogu), techniczne obrabianie filmów zamieszczonych w YouTube lub nauka poprzez oglądanie filmów;
- muzyki – własne kompozycje muzyczne, muzyczne przedstawienia, wymyślanie rymowanek, piosenek i wierszy ułatwiających zapamiętywanie wybranego materiału (YouTube, vblog, Facebook).

Zatem cyberprzestrzeń – portale społecznościowe, Wikipedia, YouTube, Second Life, Twitter – bez wątpienia staje się znaczącą przestrzenią edukacyjną, miejscem uczenia się w szkole i w domu – dostarcza uczniom wszelkich informacji (rozszerza pole poznawcze ucznia), czyni proces poznania interesującym i zindywidualizowanym, umożliwia gromadzenie, przechowywanie, przekształcanie i przesyłanie informacji, zapewnia różne rodzaje pogładowości (ilustratywną, operacyjną, wyobrażeniową), sprawia, że uczeń jest samodzielnym i aktywnym podmiotem, wymaga od ucznia stałej i wielorakiej aktywności, ale także daje możliwość wymiany wiedzy z ekspertami z różnych dziedzin, możliwość „odwiedzania” wielu miejsc, czy wreszcie jest narzędziem motywującym do nauki, uzyskiwania umiejętności przetwarzania informacji i komunikowania się [Izdebska, 2007, s. 146].

Podsumowanie

Nowe media są dla nas, a szczególnie ludzi młodych – uczniów, studentów, nie tylko źródłem (często jedynym) informacji o otaczającym świecie, ale przede wszystkim „piętnem”, wywierającym wpływ na kształtujące się ich postawy i upodobania – bardzo tendencyjny sposób widzenia i oceniania otaczającego świata.

Nie należy zapominać, że istniejące w cyberprzestrzeni, coraz liczniej, byty, tj. wirtualne światy czy społeczności Internetu są jednocześnie i zbiorowe, i indywidualne [Tadeusiewicz, 2002, s. 115]. Dlatego funkcjonowanie w obrębie internetowych społeczności to wyzwanie, które podejmuje człowiek jako jednostka, ale również członek grupy społecznej, zajmujący określoną w niej pozycję i spełniający związane z nią role. Ten świat nowych mediów to także nieakceptowane zachowania jej użytkowników – brak poczucia wstydu, naruszanie prawa własności intelektualnej, nękanie innych użytkowników Internetu.

Na szczególną uwagę zasługuje fakt, że Internet oferuje pokoleniu sieci nowe społeczne narzędzia (m.in. media społecznościowe), umożliwiające podejmowanie wspólnych działań, udostępnianie zasobów i wspólne ich tworzenie online, a przede wszystkim dialog. Dla młodych ludzi bowiem polem wspólnych dyskusji, negocjacji, wspólnego wysilania mózgu są ich społeczności, w obrębie których aktywnie działają – zaczynając dyskutować z ludźmi, którzy ich otaczają, o tym, co właśnie usłyszeli odbywa się już ich proces uczenia się.

Bibliografia

Goban-Klas T.: *Cywilizacja medialna*, WSiP, Warszawa 2005

Emerging Markets Drive Facebook User Growth.

<http://www.emarketer.com/Article/Emerging-Markets-Drive-Facebook-User-Growth/1009875> [dostęp 10.06.2013]

Encyklopedia zarządzania: Zbiorowa inteligencja.

http://mfiles.pl/pl/index.php/Zbiorowa_inteligencja [dostęp 10.06.2013]

Izdebska J.: *Dziecko w świecie mediów elektronicznych*. Wydaw. Uniwersyteckie Trans Humana, Białystok 2007

- Levinson P.: *Nowe nowe media*. Wydaw. WAM, Kraków 2010
- Lévy P.: *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Perseus Books, Cambridge 1997
- Megapanel styczeń 2013: Facebook wyprzedził YouTube. <http://media2.pl/badania/100977-Megapanel-styczen-2013-Facebook-wyprzedzil-YouTube.html> [dostęp 10.06.2013]
- Morbitzer J.: *W stronę społeczeństwa wiedzy – perspektywa pedagogiczna*. [W:] *Studiowanie dla społeczeństwa wiedzy*. Red. nauk. D. Ciechanowska. Wydaw. Edukacyjne Akapit, Toruń 2009
- Morbitzer J.: *W stronę przyszłej szkoły – refleksje z kilku perspektyw*. [W:] *Zmiana społeczna. Edukacja – polityka oświatowa – kultura*. Red. R. Kwiecińska, J. M. Łukasik. Wydaw. Nauk. UP, Kraków 2012
- Musiał E.: *Portale społecznościowe z perspektywy nauczyciela*. „Rocznik Komisji Nauk Pedagogicznych”. Tom LXIII. Wydaw. Oddziału PAN, Kraków 2010
- Musiał E.: *The didactic potencial of contemporary media in the context of the multiple intelligences theory*. [W:] *Computers in scientific and educational activity*. Red. A. Jastriebow, M. Raczyńska. Wydawca: Kazimierz Pułaski Technical University of Radom, Radom 2011
- Okoń W.: *Nowy słownik pedagogiczny*. Wydaw. Akad. „Żak”, Warszawa 2004
- Prawie 9 mln użytkowników Facebooka w Polsce (2012)*. <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/prawie-9-mln-uzytkownikow-facebook-a-w-polsce> [dostęp 10.06.2013]
- Punki, hippisi i my – subkultura internetowa (2012)*. <http://tdint.pl/sylwia-wojtas/punki-hippisi-i-my-subkultura-internetowa/> [dostęp 10.06.2013]
- Socjologia Internetu*. http://pl.wikipedia.org/wiki/Socjologia_Internetu [dostęp 10.06.2013]
- Tadeusiewicz R.: *Spółeczność Internetu*. Akademicka Oficyna Wydaw. EXIT, Warszawa 2002
- Top Sites*. <http://www.alex.com/topsites/global> [dostęp 10.06.2013]
- Wallace P.: *Psychologia Internetu*. Dom Wydaw. Rebis, Poznań 2005
- Wikipedia: Liczba artykułów polskiej Wikipedii*. http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Liczba_artyku%C5%82%C3%B3w_polskiej_Wikipedii [dostęp 10.06.2013]
- YouTube: Statystyki*. <http://www.youtube.com/yt/press/pl/statistics.html> [dostęp 10.06.2013]