

RECEPCJA MEDIÓW

5

Recepcja mediów
przez młodzież i osoby dorosłe

Pod redakcją
Barbary Bonieckiej
Anny Granat



SCENARIUSZE LEKCJI
MŁODZIEŻ (13–19 LAT)



edukacja
medialna



Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej

RECEPCJA MEDIÓW

5

**Recepcja mediów
przez młodzież i osoby dorosłe**

Tom 5. serii pod redakcją Barbary Bonieckiej i Anny Granat
wydany w roku Jubileuszu 25-lecia Wydziału Politologii UMCS

UMCS



WYDAWNICTWO

RECEPCJA MEDIÓW

5

**Recepcja mediów
przez młodzież i osoby dorosłe**

Pod redakcją
Barbary Bonieckiej
Anny Granat

**Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej
Lublin 2018**

Recenzent
prof. dr hab. Józef Porayski-Pomsta

Redakcja
Lech Maliszewski

Korekta tekstów w języku angielskim
Marta Mazur

Projekt okładki i stron tytułowych
Michał Granat

Skład i łamanie
Marcin Wachowicz

Na fotografii okładkowej: Joanna Kukier

© Wydawnictwo UMCS, Lublin 2018

ISSN 2450-4378
ISBN 978-83-227-9162-2

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ
20-031 Lublin, ul. Idziego Radziszewskiego 11
tel. 81 537 53 04
www.wydawnictwo.umcs.lublin.pl
e-mail: sekretariat@wydawnictwo.umcs.lublin.pl

Dział Handlowy
tel./faks 81 537 53 02
Księgarnia internetowa: www.wydawnictwo.umcs.eu
e-mail: wydawnictwo@umcs.eu

Drukarnia „Elpil”, ul. Artyleryjska 11, 08-110 Siedlce

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
-------------	---

CZĘŚĆ I. RECEPCJA MEDIÓW PRZEZ MŁODZIEŻ

Katarzyna Zagórska <i>Misyjność radia na przykładzie warsztatów dla młodzieży</i>	15
Agata Opolska-Bieleńska <i>Nastolatek w mediach</i>	39
Edyta Manasterska-Wiącek <i>Co mówią nastolatki w kontakcie z reklamą</i>	55
Anna Granat <i>Jak media wpływają na zachowania komunikacyjne? Odbiorcza samoświadomość młodzieży w wieku szkolnym – komunikat o wynikach badań</i>	71
Agnieszka Kamińska <i>Wizerunki kobiet w reklamach telewizyjnych z perspektywy młodzieży w wieku szkolnym</i>	75
Fundacja Nowoczesna Polska <i>Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych 2014 (wybór)</i>	89
Fundacja Nowoczesna Polska <i>Cyfrowa przyszłość. Scenariusze lekcji młodzież (13–19 lat). Zawartość płyty (nazwy folderów i dokumentów)</i>	117

CZĘŚĆ II. RECEPCJA MEDIÓW PRZEZ OSOBY DOROSŁE

Piotr Łukowski <i>Oddziaływanie medialnie kreowanym tłem</i>	145
Jolanta Kępa-Mętrak, Agnieszka Stochmal <i>Social media w odbiorze mieszkańców Polski</i>	153

Katarzyna Molek-Kozakowska, Urszula Plachetka*Problematic Facebook Use: a Review of Literature* 175**Irena Snikhovska***The Core Competencies of Media and Information Literacy* 185**Agata Opolska-Bielańska***Wykluczenie cyfrowe osób dorosłych – mit czy problem społeczny* 193**Joanna Kukier***Technosceptycy czy technoetuzjaści? Warsztaty komputerowe dla seniorów w świetle edukacji permanentnej na przykładzie działań Fundacji „5MEDIUM”* 205**Izabela M. Bogdanowicz***Wykorzystywanie zasobów medialnych przez studentów na zajęciach praktycznych* 215**Anna Granat***Jak media wpływają na zachowania komunikacyjne? Odbiorcza samoświadomość studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej – komunikat o wynikach badań* 229**Fundacja Nowoczesna Polska***Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych 2014 (wybór)* 233

Noty o autorach i redaktorach 243