

Agnieszka Ogonowska

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

ORCID: 0000-0001-6469-9242

Kompetencje medialne i cyfrowe pokolenia Alfa¹ – w stronę kolaboratywnych metod kształcenia, projektów badawczych opartych na współpracy oraz antropologii codzienności

Celem artykułu jest zdiagnozowanie i opisanie specyfiki kompetencji medialnych i cyfrowych pokolenia Alfa w kontekście ich codziennych praktyk komunikacyjnych oraz wskazanie potencjału zastosowania metod kolaboratywnych i antropologii codzienności w edukacji medialnej i badaniach nad tą generacją. Do celów szczegółowych należą:

- określenie charakterystyki pokolenia Alfa w kontekście ich relacji z mediami cyfrowymi, w tym sposobów korzystania z mediów, stylów uczenia się i przetwarzania informacji;
- zidentyfikowanie kluczowych kompetencji medialnych i cyfrowych przedstawicieli tej generacji – zarówno deklarowanych, jak i rzeczywistych (operacyjnych, wykonawczych, krytycznych);
- analiza podstawowych motywacji i kluczowych strategii medialnych pokolenia Alfa w ich codziennych praktykach komunikacyjnych („antropologia codzienności” – media jako przestrzeń rytuałów i interakcji);

¹ Artykuł powstał w ramach realizacji projektu badawczego WPBU/2024/03/00031 nt. „Cyfrowy uczeń – cyfrowy użytkownik. Kompetencje cyfrowe i medialne pokolenia Alfa”.

- określenie wyzwań edukacyjnych wynikających z charakterystyki poznawczej i społecznej tej generacji – zwłaszcza w kontekście spadku koncentracji uwagi, wielozadaniowości i preferencji komunikacji wizualno-interaktywnej;
- zaproponowanie i teoretyczne uzasadnienie kolaboratywnych metod kształcenia i badań, w których przedstawiciele pokolenia Alfa funkcjonują nie tylko jako odbiorcy, lecz współtwórcy wiedzy (co-creatorzy);
- zbadanie potencjału antropologii współpracy i antropologii codzienności jako podejść metodologicznych umożliwiających lepsze zrozumienie relacji młodych użytkowników z mediami i technologiami cyfrowymi;
- sformułowanie rekomendacji dla edukacji medialnej 4.0 – jak projektować działania dydaktyczne i badawcze angażujące przedstawicieli pokolenia Alfa w sposób autentyczny, interaktywny i współuczestniczący. W tym celu zastosowano takie metody badawcze, jak: analiza teoretyczna i krytyczna literatury;
- przegląd krajowych i zagranicznych badań (McCrindle, Berkowitz, Amrit, Ogonowska, Walecka-Rynduch, Carter, Tomasello, Michl, de Certeau);
- uporządkowanie i synteza dotychczasowych ustaleń dotyczących pokolenia Alfa;
- analiza danych zastanych (desk research);
- analiza raportów, m.in. *Nastolatki 3.0*², badań edukacyjnych i medioznawczych;
- zestawienie ilościowych danych o zachowaniach medialnych z jakościowymi interpretacjami ich kulturowych i poznawczych znaczeń;
- metody jakościowe oparte na współpracy (collaborative methods), tj.: obserwacja uczestnicząca / współuczestnicząca – z wykorzystaniem aktywności cyfrowych;
- wywiady grupowe (focus group) z elementami design thinking;
- analiza materiałów wytworzonych przez uczestników (treści wizualne, komentarze, wpisy, mikrotreści w social mediach) jako forma etnografii cyfrowej;
- metody autoetnograficzne i antropologia codzienności, w tym: analiza mikropraktyk medialnych (jak, kiedy i po co młodzi korzystają z mediów);
- interpretacja znaczeń nadawanych codziennym rytuałom cyfrowym (np. tworzenie treści, udział w „challengach”, nawyki korzystania z AI).

² R. Lange, A. Wrońska, A. Ładna, K. Kamiński, M. Błazej, A. Jankiewicz, K. Roślaniec, *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania dzieci i rodziców*, Warszawa 2023, <https://www.nck.pl/upload/2024/04/nastolatki-3-0.pdf> – 15.02.2024.

Przyjęta metodologia badań wynika ze specyfiki pokolenia Alfa, które dorasta w środowisku permanentnej konektywności i immersji cyfrowej. Analiza ich kompetencji medialnych wymaga więc odejścia od tradycyjnych, linearnych procedur badawczych na rzecz metod otwartych, interaktywnych i współuczestniczących, odzwierciedlających rzeczywisty sposób funkcjonowania młodych użytkowników w świecie mediów.

Zastosowanie **metod kolaboratywnych i antropologii codzienności** umożliwia włączenie badanych w proces współtworzenia wiedzy. W tym ujęciu badania stają się przestrzenią dialogu, współdziałania i refleksji nad własnymi praktykami medialnymi. Takie podejście sprzyja nie tylko uzyskaniu pogłębionych danych, lecz także rozwijaniu u uczestników postaw krytycznych i refleksyjnych, tak istotnych w edukacji medialnej 4.0.

Wykorzystanie metod jakościowych – obserwacji uczestniczącej, wywiadów fokusowych, etnografii cyfrowej – pozwala z kolei uchwycić mikropraktyki i rytuały codzienności, w których kształtuje się kompetencja medialna. Inspiracją koncepcją Michela de Certeau umożliwia analizę mediów jako przestrzeni codziennego działania, w której tożsamość i sprawstwo jednostki są negocjowane poprzez praktyki użytkowania technologii. W artykule przyjęto zatem koncepcję de Certeau jako podstawę teoretyczną analizy praktyk codziennych pokolenia Alfa. Wybór ten wynika z faktu, że jego ujęcie antropologii codzienności, zaprezentowane w pracy *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*³, pozwala wnikliwie opisać mikrostrategie i taktyki użytkowników mediów w ich naturalnym środowisku komunikacyjnym. De Certeau, w odróżnieniu od wcześniejszych teoretyków kultury codzienności, takich jak Pierre Bourdieu czy Henri Lefebvre, skupia się nie tyle na strukturach determinujących zachowania społeczne, ile na sposobach, w jakie jednostki negocjują swoją sprawczość w ramach tych struktur⁴. To właśnie perspektywa „taktyk użytkownika” – drobnych, improwizowanych praktyk oporu, adaptacji i twórczego przetwarzania kultury – czyni jego podejście szczególnie adekwatnym do analizy pokolenia Alfa, funkcjonującego w środowisku cyfrowym i medialnym. Henri Lefebvre w *Krytycznym wprowadzeniu do filozofii codzienności*⁵ interpretował codzienność jako przestrzeń reprodukcji stosunków społecznych i ekonomicznych, zaś Bourdieu w koncepcji habitusu⁶ podkreślał rolę internalizowanych struktur społecznych w kształtowaniu praktyk. Obie te koncepcje – choć fundamentalne dla socjologii kultury – akcentują raczej

³ M. Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, tłum. K. Thiel-Jańczuk, Kraków 2008.

⁴ P. Bourdieu, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Droz, Genève 1972; H. Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne*, Grasset, Paris 1947.

⁵ H. Lefebvre, dz. cyt.

⁶ P. Bourdieu, dz. cyt.

trwałość i systemowość działań społecznych. De Certeau natomiast przesuwając akcent w stronę działania jednostkowego, kreatywnego i nieprzewidywalnego, interpretując codzienność jako przestrzeń taktycznych gier z systemem, swoistych „sztuk działania”, które pozwalają użytkownikom kultury na odzyskiwanie autonomii w ramach z góry ustalonych struktur⁷.

W kontekście badań nad mediami cyfrowymi i kompetencjami medialnymi młodego pokolenia ta właśnie interpretacja wydaje się najbardziej inspirująca. Pokolenie Alfa, wychowane w środowisku technologicznie nasyconym i algorytmicznie sterowanym, codziennie negocjuje swoją podmiotowość wobec dominujących modeli komunikacji, edukacji i rozrywki. Ich działania – od sposobu korzystania z platform społecznościowych po uczestnictwo w kulturze remiksu – można postrzegać właśnie jako taktyki użytkownika w sensie de Certeau: spontaniczne, adaptacyjne, kreatywne strategie funkcjonowania w świecie zdominowanym przez struktury technologiczne i medialne.

Z kolei prace Davida Chaneya⁸ czy polskich autorów, takich jak Piotr Sztompka⁹ i Mirosław Pęczak¹⁰, poszerzają refleksję nad codziennością o wątki związane ze stylami życia, kulturą uczestnictwa i symboliką praktyk młodzieżowych. Ich dorobek stanowi ważne tło teoretyczne, jednak w niniejszym ujęciu de Certeau pozostaje punktem odniesienia ze względu na jego operacyjność pojęciową – szczególnie użyteczną przy analizie cyfrowych praktyk komunikacyjnych i edukacyjnych. Rozróżnienie na strategie (działania instytucjonalne, strukturalne) i taktyki (oddolne sposoby korzystania z systemu) umożliwia interpretację zachowań młodych użytkowników mediów jako dynamicznego procesu współtworzenia kultury.

Koncepcja de Certeau tworzy tym samym pomost między klasyczną antropologią praktyk a współczesną refleksją nad kulturą cyfrową, edukacją medialną i pedagogiką współuczestnictwa. Umożliwia analizę kompetencji medialnych w sposób, który respektuje indywidualną sprawczość, kreatywność i kontekst społeczno-kulturowy młodych użytkowników.

Przyjęta w artykule metodologia badań łączy perspektywę medioznawczą, pedagogiczną i antropologiczną, tworząc model poznawczy o charakterze interdyscyplinarnym i aplikacyjnym. Jej celem jest nie tylko diagnoza kompetencji medialnych pokolenia Alfa, lecz także opracowanie rekomendacji dla edukacji kolaboratywnej i refleksyjnej, która respektuje naturalny sposób uczenia się młodego pokolenia w środowisku cyfrowym.

⁷ M. Certeau, dz. cyt.

⁸ D. Chaney, *Cultural Change and Everyday Life*, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2002.

⁹ P. Sztompka, *Socjologia codzienności*, Kraków 2008.

¹⁰ M. Pęczak, *Kultury młodzieżowe. Studia z socjologii stylu życia*, Warszawa 2012.

Pokolenie Alfa: charakterystyka generacji¹¹

Pojęcie „pokolenie Alfa” (Generation Alpha) zostało wprowadzone przez australijskiego badacza pokoleń i futurologa Marka McCrindle’a w 2005 roku. Do generacji tej zalicza się osoby urodzone w latach 2010–2025. Pokolenie Alfa, określane również mianami „Always on” (zawsze podłączeni), „Net Gen” (pokolenie sieci), „Digital Natives” (cyfrowi tubylcy) czy „Google Kids”, charakteryzuje się wysokim poziomem gotowości technologicznej oraz wewnętrzną motywacją do rozwijania cyfrowych kompetencji wykonawczych. Wyróżnia ich również proaktywna, otwarta postawa wobec nowych technologii, wynikająca z przekonania o pragmatycznym znaczeniu kompetencji medialnych i cyfrowych dla skutecznego radzenia sobie z wyzwaniami współczesnego świata.

Wśród przedstawicieli tej generacji obserwuje się także silne przywiązanie do idei tzw. „challengów”, które funkcjonują jako kulturowe formy ekspresji w środowisku cyfrowym – w grach sieciowych, mediach społecznościowych i przestrzeniach współzawodnictwa, widoczności medialnej, współpracy i porównań społecznych¹². Kultura i media cyfrowe stanowią dla „Alf” podstawowy kontekst socjalizacji, komunikacji i działania, a więc swoiste kulturowe ramy zachowań społecznych. Z tego względu pełna charakterystyka tej generacji nie może pomijać kontekstu technologicznego ani komunikacyjnego.

Zgodnie z Raportem NASK¹³, przeciętny polski nastolatek z tej grupy spędza w dni powszednie około 5 godzin i 36 minut w internecie, natomiast w weekendy oraz dni wolne – około 6 godzin i 16 minut („Nastolatki 3.0”, netografia do artykułu). Dane te potwierdzają wysoki poziom biegłości technologicznej pokolenia Alfa, przejawiający się w codziennym korzystaniu z mediów, informacji oraz narzędzi cyfrowych. Młodzi użytkownicy aktywnie eksperymentują z funkcjonalnościami technologii, dążąc do ich personalizacji i optymalizacji zgodnej z własnymi potrzebami oraz zainteresowaniami. Coraz częściej tradycyjne pisanie zastępują dyktowaniem

¹¹ Przedstawiona charakterystyka pokolenia Alfa bazuje na wynikach badań własnych (por. przypis 1), analizie literatury zastanej odnośnie do generacji Alfa – analiza definicji tej generacji przy wykorzystaniu metod CLARIN_PL oraz literatury dotyczącej pokolenia Alfa – por. Bibliografia i Netografia. Artykuł odnośnie tego zagadnienia (rozumienia pokolenia Alfa przy wykorzystaniu metod CLARIN_PL) w przygotowaniu.

¹² K.J. Amrit, *Understanding Generation Alpha*, 2020, <https://doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g>; D. Berkowitz, *13 Things to Know about the Alpha Generation: The Newest Generation Has No Purchasing Power Yet, but Will Soon Take Over the World*, AdAge, 28.01.2016, [on-line:] <https://adage.com/article/digitalnext/13-things-alpha-generation/302366> – 16.10.2024.

¹³ R. Lange, A. Wrońska, A. Ładna, K. Kamiński, M. Błażej, A. Jankiewicz, K. Roślaniec, dz. cyt.

treści (voice recognition), a komunikację językową – formami (audio)wizualnymi lub tzw. „głosówkami”. Ich preferencje komunikacyjne korespondują ze współczesnym modelem komunikacji lapidarnej, charakterystycznej dla kultury mediów społecznościowych, w której uczestniczą w wielu rolach – jako odbiorcy, twórcy i komentatorzy¹⁴.

Choć przedstawiciele tej generacji spędzają więcej czasu przed ekranem niż w rzeczywistości offline, nie rezygnują całkowicie z aktywności społecznych w świecie pozamedialnym. Chętnie angażują się w działania offline, szczególnie te, które pozostają zgodne z ich zainteresowaniami oraz są strukturyzowane i moderowane przez dorosłych – zgodne z założeniami pedagogiki przeżycia¹⁵. Wśród aktywności nietechnologicznych znaczące miejsce mogą zajmować także praktyki rozwijające kulturę czytelnictwa, pod warunkiem że są one odpowiednio modelowane przez osoby znaczące¹⁶.

Z drugiej strony, specyfika mediów cyfrowych i społecznościowych sprzyja kształtowaniu się u „Alf” krótszej zdolności koncentracji oraz niższej motywacji do poznawczego i afektywnego zaangażowania w przekaz niż u starszych generacji. Zamiast pogłębionego przetwarzania informacji dominuje powierzchowne przeglądanie treści – tzw. *skimming*, *scrolling* czy *clicking*¹⁷. Informacyjne przeciążenie (*information overload*) prowadzi często do złudzenia „bycia dobrze poinformowanym” oraz „kompetentnego poruszania się w infosferze”, co skutkuje ograniczeniem umiejętności syntezy informacji i samodzielnego formułowania wniosków.

Jak zauważa Ogonowska¹⁸, procesy te wymagają uruchomienia złożonych mechanizmów poznawczych, charakterystycznych dla linearnie-sekwencyjnego przetwarzania informacji, które stoi w opozycji do dominującego u młodszych użytkowników przetwarzania holistycznego. W konsekwencji wśród przedstawicieli pokolenia Alfa dochodzi do poznawczej konfuzji między „dostępem do informacji” (rozumianym jako możliwość korzystania z różnych źródeł) a „posiadaniem wiedzy”, czy „byciem poinformowanym”. Dodatkowo zjawisko to potęguje funkcjonowanie w bańkach informacyjnych, które mają charakter wspólnotowy i generacyjny. W tym kontekście adekwatnym wydaje się pojęcie „globalnego

¹⁴ K.J. Amrit, dz. cyt.; D. Berkowitz, dz. cyt.

¹⁵ (Michl, 2011)

¹⁶ Z. Zasadzka, *Czytelnictwo dzieci i młodzieży*, Narodowe Centrum Kultury, 2014, [on-line:] <https://www.nck.pl> – 15.02.2024.

¹⁷ D. Berkowitz, dz. cyt.

¹⁸ A. Ogonowska, *Uzależnienia medialne : uwarunkowania, leczenie, profilaktyka*, Kraków 2018.

nastolatka”, związanego ze wspólnotą doświadczeń cyberkulturowych neoplemion sieciowych¹⁹.

Dla pokolenia Alfa atrakcyjność przekazu okazuje się nierzadko ważniejsza niż jego status ontologiczny czy wiarygodność. Wysoka afektywność komunikatu stanowi kluczowy czynnik determinujący jego recepcję, podczas gdy potrzeba weryfikacji źródeł i dywersyfikacji informacji schodzi na dalszy plan – z wyjątkiem sytuacji, gdy treść bezpośrednio dotyczy indywidualnych zainteresowań lub relacji rówieśniczych.

W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera postulat rozwijania kompetencji krytycznego myślenia, stanowiących fundament kolejnych etapów rozwoju edukacji medialnej – od modelu 1.0 po 4.0. W odniesieniu do młodszych nastolatków niezbędna jest jednak aktywna rola dorosłych, którzy w praktycznych sytuacjach dydaktycznych modelują proces weryfikacji informacji i źródeł, obejmujący różne typy mediów – prasowych, internetowych, telewizyjnych i fotograficznych. Jak podkreśla Ogonowska²⁰, modelująca funkcja osób znaczących jest kluczowa dla kształtowania pozytywnych wzorców korzystania z mediów, w tym także tych mniej popularnych wśród „Alf”, takich jak media drukowane czy teksty o zamkniętej strukturze (np. książki, artykuły prasowe). Teksty te, mimo że nie stanowią naturalnego środowiska komunikacyjnego tej generacji, mogą być skutecznie wykorzystywane w edukacji formalnej, o ile zostaną odpowiednio stopniowane i kontekstualizowane. Jak wskazują Danuta Morańska, Marta Ciesielka i Mariusz Z. Jędrzejko²¹ oraz Agnieszka Ogonowska i Agnieszka Walecka-Rynduch²², proces ten powinien rozpoczynać się od krótszych form medialnych – np. analiz artykułów internetowych dotyczących tematów bliskich uczniom – a następnie obejmować zmianę medium (z cyfrowego na drukowane), stopniowe wydłużanie tekstu i poszerzanie zakresu tematycznego o zagadnienia dydaktyczne i kulturowe.

Z uwagi na dużą dostępność mediów mobilnych – przedstawiciele pokolenia Alfa – wchodzą w mniejszą liczbę interakcji społecznych *offline*, a ich zabawa i nauka oparte są głównie na technologii (aplikacjach). Są także bardzo responsywni na te cechy nowych rozwiązań; aktywnie reagują na wszelkie zmiany, które pojawiają się aktualnie na rynku i są popularne w tej grupie wiekowej. Ich wybory – widoczne także w mediach sieciowych – w coraz większym stopniu oddziałują także na medialne korporacje czy przemysł kreatywny, ponieważ to właśnie z tej generacji

¹⁹ K.J. Amrit, dz. cyt.

²⁰ A. Ogonowska, *Uzależnienia...*

²¹ D. Morańska, M. Ciesielka, M.Z. Jędrzejko, *Edukacja w cyfrowym świecie: edukacja 4.0*, Warszawa 2020.

²² A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, *Młodzi dorośli wobec dezinformacji. Katalogi i rzeczywiste profile kompetencji cyfrowych*, Kraków 2024.

„rekrutują się” przyszli konsumenci, producenci, decydenci i trendsetterzy. A zatem ich potencjalna siła nabywcza oraz siła społecznego wpływu są nie do zbagatelizowania dla wielkich koncernów medialnych, partii politycznych czy innych grup interesu.

Przedstawiciele pokolenia Alfa charakteryzują się wysokim poziomem wielozadaniowości, przejawiającej się w częstym i szybkim przełączaniu uwagi pomiędzy różnymi aktywnościami zarówno w obrębie jednego medium, jak i pomiędzy mediami (multitasking inter- i intramedialny). Zjawisko to, choć świadczy o elastyczności poznawczej oraz adaptacyjności wobec środowiska medialnego o wysokiej dynamice bodźców, koreluje jednocześnie z obniżoną zdolnością do utrzymywania długotrwałej koncentracji na zadaniach wymagających głębokiego przetwarzania informacji, operowania rozbudowanymi strukturami językowymi, zaangażowania w treści wykraczające poza bezpośrednie obszary zainteresowań oraz inwestycji czasowej w proces poznawczy²³. To powoduje, że w coraz większym stopniu, aby zaangażować odbiorcę w przekazy zarówno językowe, jak i polimodalne konieczne staje się wykorzystanie, np. w dziennikarstwie technik immersyjnych²⁴, w badaniach naukowych – elementów grywalizacji, zaś w edukacji szkolnej – metod właściwych dla edutainment oraz dialogu i polilogu w miejsce monologu. Brak koncentracji utrudnia wypracowanie wspólnego pola uwagi, a tym samym wspólnego pola działania, co jest kluczowe w procesie uczenia się zarówno indywidualnego, jak i grupowego²⁵. Rozwój tych umiejętności już w okresie niemowlęcym, prelingwalnym, warunkuje późniejsze opanowanie czytania, pisanie oraz analizowania i interpretowania przekazów językowych, a także buduje podstawę kompetencji językowo-komunikacyjnych, kulturowych i medialnych, niezbędnych do aktywnego korzystania z różnych źródeł informacji, również drukowanych²⁶. Komunikacja jednostronna, typowa dla wykładów czy mediów masowych, aktywizuje poznawczo pokolenie Alfa tylko chwilowo, a szybkie przełączanie uwagi na tryb wielozadaniowy z wykorzystaniem technologii mobilnych ogranicza głębokie przetwarzanie informacji i przyswajanie treści.

²³ Ustalenia na podstawie wyników badań własnych realizowanych w ramach projektu: WPBU/2024/03/00031 nt. „Cyfrowy uczeń – cyfrowy użytkownik. Kompetencje cyfrowe i medialne pokolenia Alfa”.

²⁴ O różnych strategiach i technikach zaangażowania odbiorcy w tekst por też: G. Gmiterek, *Rzeczywistość rozszerzona a książka i prasa*, [w:] *LaTel. Z badań nad wykorzystaniem technologii informacyjnych w bibliologii i informatologii*, red. G. Gmiterek, M. Ochmański, M. Roszkowski, Warszawa 2015, s. 42–65.

²⁵ M. Tomasello, *Kulturowe źródła ludzkiego poznania*, tłum. J. Rączaszek-Leonardi, Warszawa 2020.

²⁶ A. Ogonowska, *Uzależnienia...*

Alfy uczą się bowiem intuicyjnie, ale także aktywnie – poprzez działanie, ewentualnie formy komunikacji zmediatyzowanej z rówieśnikami i to w czasie rzeczywistym, kiedy mogą także pełnić rolę aktywnego uczestnika, a nie tylko „biernego” słuchacza. Aktywna partycypacja w działaniach komunikacyjnych jest warunkiem niezbędnym do podjęcia takiej „współpracy”, zarówno w trakcie realizacji projektów edukacyjnych, jak i badawczych.

Motywacją do udziału w projektach edukacyjnych oraz utrzymywania relacji z edukatorem jest – oceniana subiektywnie atrakcyjność tych działań oraz szybka gratyfikacja potrzeb związana z ich wykonaniem (np. ciekawości poznawczej, samej eksploracji, bycia uznanym za eksperta, wyjątkowości na tle rówieśników). Dla tego pokolenia, także z uwagi na uniwersalne cechy rozwojowe – istotne są kluczowe gratyfikacje społeczne (uznanie, docenienie, pochwała) i opinia najbliższego środowiska.

Przedstawiciele pokolenia Alfa pozyskują wiedzę – zarówno deklaratywną („wiedzieć, że”), jak i proceduralną („wiedzieć, jak”) – głównie za pośrednictwem aplikacji mobilnych, blogów, forów internetowych oraz platform społecznościowych. W ich codziennych praktykach komunikacyjnych i poznawczych zauważalna jest wyraźna preferencja dla smartfonów i mobilnych mediów sieciowych kosztem komputerów stacjonarnych oraz tradycyjnych form medialnych. Telewizja, prasa czy książka drukowana tracą dla nich znaczenie użytkowe i kulturowe, ustępując miejsca multimodalnym, interaktywnym środowiskom przekazu.

Jak pokazują badania własne²⁷, respondenci z tej grupy wiekowej nie korzystają już z analogowych słowników ani encyklopedii, preferując natychmiastowy dostęp do informacji online. Coraz większą popularnością w tej generacji cieszą się narzędzia oparte na sztucznej inteligencji, w tym czat GPT, postrzegane jako szybkie i efektywne źródło wiedzy – zwłaszcza ze względu na łatwość obsługi i natychmiastowość uzyskiwanych odpowiedzi.

Jedynie nieliczni badani (poniżej 1%) wskazali książkę drukowaną jako przedmiot swojej lektury. Około 2% zadeklarowało preferencję dla audiobooków bądź platform dźwiękowych, takich jak Spotify, traktując je jako współczesne odpowiedniki tradycyjnych form literackich. Niechęć wobec mediów drukowanych jest szczególnie widoczna wśród tych przedstawicieli pokolenia Alfa, którzy nie wykształcili trwałych wzorców czytelnictwa w środowisku domowym, co potwierdzają wcześniejsze obserwacje dotyczące związków między socjalizacją medialną a praktykami kulturowymi młodych odbiorców²⁸.

²⁷ Por. przypis 1.

²⁸ D. Berkowitz, dz. cyt.; M. McCrindle, A. Fell, *Understanding Generation Alpha*, [on-line:] <https://generationalalpha.com/wp-content/uploads/2020/02/Understanding-Generation-Alpha-McCrindle.pdf> – 15.02.2024.

Zainteresowania przedstawicieli pokolenia Alfa mediami tradycyjnymi mają charakter wybiórczy, zwykle powiązany z ich indywidualnymi preferencjami dotyczącymi określonego bohatera, konwencji narracyjnej bądź gatunku. W wielu przypadkach ich wybór jest losowy, kształtowany przez informacje napotkane w internecie lub rekomendacje w mediach społecznościowych. W konsekwencji lektura prasy codziennej czy specjalistycznych czasopism drukowanych nie stanowi dla tej grupy praktyki powszechnej ani atrakcyjnej. Badania własne wskazują, że pytania odnoszące się do tego typu aktywności wywoływały wśród respondentów reakcje rozbawienia, interpretowane jako sygnał postrzegania tych praktyk jako archaicznych i nieadekwatnych w kontekście współczesnych nawyków medialnych²⁹. Łatwy i nieograniczony dostęp do wyszukiwarek informacji i mediów społecznościowych kształtuje u młodych użytkowników przekonanie, że wiedza stanowi zasób zewnętrzny, dostępny „na wyciągnięcie ręki”. W konsekwencji proces pamięciowego przyswajania informacji jest oceniany jako nieefektywny i zbędny, szczególnie gdy dotyczy treści historycznych, wąsko specjalistycznych lub nieaktualnych, które – z perspektywy subiektywnej – mają niską użyteczność praktyczną³⁰. Zjawisko to można interpretować w świetle społecznego konstrukttywizmu wiedzy³¹, który podkreśla znaczenie interakcji społecznych i kontekstu kulturowego w procesie uczenia się. Pokolenie Alfa korzysta z wiedzy w formie dynamicznej, multimodalnej i dostępnej online, co powoduje przesunięcie akcentu z internalizacji i linearnego przetwarzania informacji na interaktywne, natychmiastowe i kontekstowe strategie poznawcze. Ten proces jest zgodny z pojęciem „kultury natychmiastowości”³², w której tempo przepływu informacji i dostępność wiedzy definiują sposób jej selekcji i wykorzystania.

W tym kontekście wiedza staje się instrumentem praktycznym, używanym przede wszystkim do rozwiązywania bieżących problemów, zamiast celem samym w sobie. Warto również zauważyć, że podobne tendencje w korzystaniu z informacji podkreśla teoria społeczeństwa sieciowego Manuela Castellsa³³, wskazująca na znaczenie struktur cyfrowych i środowisk online w kształtowaniu zachowań poznawczych i społecznych młodych ludzi. Pokolenie Alfa funkcjonuje w cyberprzestrzeni jako „globalni

²⁹ Badania własne, por. przypis 1.

³⁰ S. Carter, *The Generation Gap in Digital Learning*, Routledge, 2016.

³¹ L.S. Vygotsky, *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*, Harvard University Press, 1978.

³² S. Turkle, *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Basic Books, 2011; Z. Bauman, *Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty*, Polity Press, 2007.

³³ M. Castells, *The Rise of the Network Society*, Blackwell Publishers, 2000.

nastolatki”, dla których wartościowe są zasoby wiedzy aktualne, interaktywne i kontekstualnie użyteczne, podczas gdy wiedza historyczna lub wąsko specjalistyczna często jest marginalizowana lub ignorowana.

Rozwiązania oparte na generatywnej AI (chaty GPT) w sposób bardzo szybki i efektywny pozwalają tworzyć narrację na zadany temat, co również utwierdza ‘Alfy’ w przekonaniu do braku zasadności kształtowania pewnych umiejętności, np. samodzielnego pisania wypracowań na lekcjach języka ojczystego. Nowe funkcjonalności technologiczne przyczyniają się w sposób zasadniczy do spadku zaufania, a zarazem autorytetu tradycyjnych metod edukacyjnych opartych na procesach poznawczych, np. czytaniu ze zrozumieniem, analizie i interpretacji tekstu czy zapamiętywaniu jego fragmentów³⁴.

Młode osoby znajdują coachów medialnych przede wszystkim w swoim środowisku rówieśniczym, w kontekście przelotnego zainteresowania nowymi aplikacjami i aktualnymi produktami medialnymi. Nie wykazują wiary w masowych liderów ani globalne ikony popkultury. Autorytety, które uznają, rzadko opierają się na wieku czy formalnym wykształceniu. Wykazują sceptycyzm wobec influencerów i innych „odgórnych” liderów, jednocześnie ufając własnym kompetencjom cyfrowym, co często prowadzi do przeceniania ich rzeczywistego zakresu³⁵. Pokolenie Alfa koncentruje się na rozwoju własnych pasji i zainteresowań w sieci. Wykazuje gotowość do dobrowolnej współpracy i komunikacji z osobami posiadającymi kompetencje cyfrowe powiązane z konkretnymi produktami, które sami uznają za istotne lub interesujące. Osoby zorientowane na krytyczne myślenie nie kierują się stereotypami, są otwarte na różnorodność i skłonne do działań prospołecznych, w tym wobec wykluczonych mniejszości oraz w zakresie ochrony środowiska. Te pokoleniowe zainteresowania można efektywnie wykorzystać w projektowaniu edukacji medialnej 4.0, dostosowanej do preferowanej tematyki, np. proekologicznej³⁶.

W stronę metod kolaboratywnych

Założenia antropologii opartej na współpracy mogą być wykorzystane w projektach badawczych dotyczących różnych mediów i ich użytkowników w każdym wieku. Metody kolaboratywne, dzięki swojej wysokiej aplikowalności, przełamują ograniczenia tradycyjnych podejść, takich jak antropologia wizualna czy audialna, a także pokonują dychotomię obecną w klasycznych metodach badawczych, np. obserwacji

³⁴ M. McCrindle, A. Fell, dz. cyt.

³⁵ A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, dz. cyt.

³⁶ S. Carter, dz. cyt.

systematycznej czy uczestniczącej, które zakładają podział na obserwujących i obserwowanych³⁷.

Nowe praktyki badawcze oparte na działaniu kolaboratywnym wymagają rewizji tradycyjnej roli badacza akademickiego, łączącego pracę naukową z doświadczeniem dydaktycznym. Badacz przestaje pełnić funkcję jedynego interpretatora rzeczywistości; jego zadaniem staje się wspieranie procesu badawczego oraz analizowanie praktyk społecznych w kontekście teoretycznym³⁸. W tym ujęciu wyróżnia się różne modele badań kolaboratywnych: model mocny zakłada pełną symetrię relacji między uczestnikami projektu, natomiast modele słabsze zachowują wiodącą rolę badacza, który koordynuje działania i zapewnia instytucjonalne ramy projektu.

Symetryczność relacji w projektach kolaboratywnych budowana jest poprzez uprawnienie różnorodnych kompetencji i doświadczeń niezbędnych do realizacji celów projektu. Autorytet doświadczenia osobistego w odniesieniu do mediasfery podkreślany jest w kluczowych fazach badania wobec wszystkich uczestników. Współtworzenie wiedzy zwiększa poczucie wartości uczestników, wzmacnia ich wpływ na wyniki projektu oraz motywuje do aktywnego udziału.

Eksperskość przedstawicieli pokolenia Alfa związana jest z aktywnym wykorzystaniem mediów i może stanowić fundament dla nowego typu (post)eksperta, który nie jest akademikiem, lecz posiada praktykę i doświadczenie medialne określonego typu³⁹. Aktywność, upodmiotowienie i eksploracja nowych obszarów, charakterystyczne dla pokolenia Alfa, pozytywnie wpływają na motywację uczestników⁴⁰.

Nowe rozwiązania technologiczne sprzyjają stawianiu pytań, a nie poszukiwaniu jednoznacznych odpowiedzi, wspierając rozwój myślenia dywergencyjnego i kreatywnego podejścia do danych i informacji. Udział w projektach kolaboratywnych sprzyja również rozwijaniu kompetencji społecznych zalecanych przez UNESCO i KE, takich jak nastawienie na dialog i konsensus, (auto)refleksyjność, decentracja, empatia emocjonalna

³⁷ C. Fluehr-Lobban, *Collaborative Anthropology as Twenty-first-Century Ethical Anthropology*, „Collaborative Anthropologies” 2008, vol. 1, s. 175–182.

³⁸ J. Clifford, *O autorycie etnograficznym*, [w:] *Kłopoty z kulturą. Dwudziestowieczna etnografia, literatura i sztuka*, tłum. J. Iracka, S. Sikora, Warszawa 2000, s. 29–63; tenże, *Władza i dialog w etnografii*, [w:] *Kłopoty z kulturą...*, s. 64–83.

³⁹ A. Bard, J. Soderquist, *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, tłum. P. Cypryański, Warszawa 2006; A. Ogonowska, *Typy eksperta: koegzystencja starych i nowych ekspertów we współczesnej sferze publicznej i przestrzeniach medialnych*, „Kultura Współczesna” 2023, nr 2 (122), s. 120–134.

⁴⁰ C.M. Carter, *The Complete Guide to Generation Alpha, the Children of Millennials*, Forbes, 21.12.2016, [on-line:] <https://www.forbes.com/sites/christinecarter/2016/12/21/the-complete-guide-to-generation-alpha-the-children-of-millennials> – 3.11.2025.

i poznawcza, zaangażowanie w sprawy publiczne, konstruktywna krytyka i asertywne artykułowanie własnych potrzeb w kontekście działań kolektywnych⁴¹.

Projekty kolaboratywne sprzyjają także rozwojowi kompetencji transwersalnych, m.in. krytycznego i innowacyjnego myślenia, umiejętności intra- i interpersonalnych, poczucia globalnego obywatelstwa, kompetencji medialnych i informacyjnych, rozwiązywania problemów oraz przywództwa. Badacz akademicki powinien tworzyć warunki do ujawniania się wielogłosowości, umożliwiając naturalne wyłanianie się różnic i perspektyw, a jednocześnie kierować energią twórczą uczestników projektu w sposób efektywny. Analizie podlegać mogą zarówno rezultaty merytoryczne, jak i dynamika grupowa projektu.

Udział insiderów medialnych jest szczególnie istotny w procesach wykonawczych projektu, przy czym skład grupy może ulegać zmianie w trakcie realizacji faz projektu, zgodnie z logiką płynnej ponowoczesności i ekonomią afektywną sieciowych neoplemion⁴². Dynamika ta wymaga jednak pewnej kontroli, np. poprzez regulacje kontraktowe definiujące wzajemne zależności w zespole. Wybór modelu badawczego uzależniony jest od celów projektu, jego czasu trwania, poziomu kompetencji i dojrzałości poznawczej uczestników, przy czym poziom „dyrektywności” badacza może zmieniać się w trakcie realizacji.

Metody kolaboratywne mają charakter antropocentryczny, autobiograficzny i egocentryczny – zawsze ktoś mówi „o czymś” „do kogoś” z perspektywy własnego doświadczenia i uwarunkowań socjodemograficznych. Pozwala to na większą skuteczność procedury badawczej, zwiększa zaangażowanie uczestników i poprawia jakość oraz kompletność wyników. Zaangażowanie uczestników zależy od sposobu postrzegania i waloryzacji korzyści, zarówno przez badaczy akademickich, jak i pozostałych uczestników, co ma znaczenie dla efektywnego zarządzania projektem, alokacji zasobów i utrzymania motywacji. W projektach kolaboracyjnych nagrody społeczne obejmują m.in. upodmiotowienie, uznanie doświadczenia pozanaukowego, możliwość zdobywania i doskonalenia kompetencji specjalistycznych oraz poczucie wyjątkowości uczestnika.

W stronę antropologii codzienności

Kolejnym źródłem inspiracji przy realizacji projektów edukacyjnych i badawczych dotyczących pokolenia Alfa jest antropologia codzienności.

⁴¹ A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, dz. cyt.

⁴² M. Maffesoli, *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*, Sage Publications, London 1996.

Subdyscyplina ta skupia się na badaniu codziennych praktyk, rytuałów, interakcji oraz znaczeń w życiu zwykłych ludzi. Przedmiotem jej analizy nie są zatem wielkie wydarzenia historyczne czy polityczne, lecz to, jak aktorzy społeczni funkcjonują na co dzień, w jaki sposób nadają znaczenie swoim rutynowym działaniom oraz jak te praktyki kształtowane są przez szerokie konteksty kulturowe, technologiczne czy ekonomiczne. Antropologia codzienności koncentruje się na tym, jak w codziennych interakcjach i procesach komunikacji społecznej ujawniają się normy i wartości, także te wspólne dla konkretnej generacji – w tym przypadku pokolenia Alfa – oraz jak jednostki wykorzystują swoją kreatywność i sprawczość w życiu codziennym. Istotnym obszarem tych codziennych praktyk są media, przede wszystkim sieciowe, społecznościowe, mobilne i wielofunkcyjne, umożliwiające komunikację online w czasie rzeczywistym.

Ten sposób myślenia znajduje swoje odzwierciedlenie m.in. w klasycznej pracy Michela de Certeau. Francuski historyk, filozof i antropolog analizował, w jaki sposób uczestnicy życia społecznego wykorzystują dostępne im strategie i techniki, aby radzić sobie z narzuconymi strukturami społeczno-kulturowymi⁴³. Kluczowym elementem jego rozważań było rozróżnienie między strategią a taktyką. Strategia odnosi się do działań władzy mających na celu kontrolowanie przestrzeni – fizycznej, społecznej i kulturowej – oraz zasobów, natomiast taktyka dotyczy sposobów, w jakie jednostki lub grupy społeczne wykorzystują istniejące struktury w codziennym życiu, aby osiągać określone korzyści, np. w formie gratyfikacji potrzeb, lub kształtować swoją tożsamość. Niektóre z codziennych praktyk medialnych, w świetle koncepcji de Certeau, mogą pełnić funkcję oporu wobec dominujących narracji i narzuconych autorytetów. Takie przejawy oporu stanowią częstą strategię nastolatków w dążeniu do manifestacji autonomii, indywidualności, podmiotowości i poczucia wewnętrzsterowności. Taktyki stosowane przez przedstawicieli pokolenia Alfa są jednocześnie wyrazem elastycznego i adaptacyjnego podejścia do rzeczywistości oraz kreatywnej zdolności wykorzystywania dostępnych zasobów w realizacji własnych potrzeb i celów. Zgodnie z koncepcją de Certeau, „Alfy” są aktywnymi uczestnikami współczesnej mediasfery – przekształcają, reinterpreterują i adaptują jej zasoby, tworząc własne znaczenia, często subwertując pierwotne intencje twórców w ramach kultury remiksu.

Powtarzalne wzorce tych zachowań, związane z wiekiem i przynależnością generacyjną, można efektywnie wykorzystać w projektach edukacyjnych i badawczych, kładących nacisk na:

- rozwijanie meta-wiedzy w oparciu o doświadczenia medialne uczestników;

⁴³ M. Certeau, dz. cyt.

- docenianie znaczenia doświadczeń medialnych oraz specjalistycznych kompetencji wykonawczych;
- wykorzystanie codziennych doświadczeń medialnych w celu doskonalenia innych kompetencji zgodnie z podejściem funkcjonalno-relacyjnym⁴⁴;
- implementację spiralnego modelu nauczania w edukacji medialnej z uwzględnieniem kluczowych dla media studies pojęć, takich jak intertekstualność, transmedialność, intermedialność i konwergencja.

Podsumowanie

Charakterystyka pokolenia Alfa przedstawiona w artykule opierała się zarówno na atrybutach psychologicznych, takich jak procesy poznawcze, uwaga, koncentracja i zdolność przetwarzania informacji, jak i na kategoriach medioznawczych, w tym podatności na dezinformację, oraz na wskaźnikach kompetencyjnych, obejmujących poziom kompetencji bazowych, medialnych i cyfrowych. Przeprowadzone badania wykazały znaczenie analizowanych zagadnień zarówno dla medioznawstwa stosowanego, jak i dla psychologii mediów oraz pedagogiki medialnej, dostarczając wiedzy przydatnej w projektowaniu edukacji i interwencji badawczych uwzględniających specyfikę praktyk komunikacyjnych tej generacji. Analizy pokazały wyraźny zwrot nauk o komunikacji społecznej i mediach w kierunku badań nad użytkownikiem, wynikający z cech nowych mediów i mediów społecznościowych, które zakładały aktywny udział odbiorcy, oraz z rosnących wyzwań współczesnego medioznawstwa. Wskazano również, że konieczne jest projektowanie badań, których wyniki miałyby praktyczne znaczenie dla problemów społecznych wywołanych dynamicznym rozwojem technologii cyfrowych, sieciowych i mobilnych. Postępująca cyfryzacja wymagała bowiem elastycznych zmian w edukacji formalnej oraz w metodologii badań, przesuując akcent z wiedzy teoretycznej na kompetencje praktyczne, operacyjne i wykonawcze.

W artykule odniesiono się do antropologii kolaboratywnej i antropologii codzienności jako metodologii umożliwiającej analizę współczesnych strategii korzystania z mediów przez pokolenie Alfa, wykazując, że podejścia te pozwalały uchwycić zarówno indywidualne doświadczenia medialne, jak i kolektywne praktyki komunikacyjne, podkreślając znaczenie współtworzenia wiedzy i upodmiotowienia uczestników badań. Przeprowadzone analizy wykazały, że w edukacji formalnej i badaniach naukowych konieczne są szybkie i gruntowne przewartościowania, które obejmowałyby redefinicję roli nauczyciela i badacza z funkcji jedyne go źródła wiedzy na rolę facylitatora i koordynatora procesów

⁴⁴ Por. A. Ogonowska, A. Walecka-Rynduch, dz. cyt.

współtworzenia wiedzy, rzeczywiste upodmiotowienie ucznia lub uczestnika badania, budowanie meta-wiedzy w oparciu o doświadczenia medialne i uprzednie kompetencje wykonawcze pokolenia Alfa, rozwijanie kompetencji językowych i komunikacyjnych obejmujących zarówno cyberkulturę, jak i tradycyjne formy piśmienności, przesunięcie akcentu z wiedzy jako pakietu informacji na kompetencje wykonawcze, w tym umiejętności informacyjne i informatyczne, oraz wspieranie myślenia dywergencyjnego i kreatywnego przetwarzania danych i informacji w różnych repozytoriach i modalnościach medialnych.

Celem artykułu było zdiagnozowanie i opisanie specyfiki kompetencji medialnych i cyfrowych pokolenia Alfa w kontekście ich codziennych praktyk komunikacyjnych oraz wskazanie potencjału zastosowania metod kolaboratywnych i antropologii codzienności w edukacji medialnej i badaniach nad tą generacją. Cele szczegółowe zostały zrealizowane poprzez określenie charakterystyki pokolenia Alfa w kontekście relacji z mediami cyfrowymi, stylów uczenia się i przetwarzania informacji, identyfikację kluczowych kompetencji medialnych i cyfrowych – zarówno deklarowanych, jak i rzeczywistych, analizę podstawowych motywacji i strategii medialnych pokolenia Alfa w codziennych praktykach komunikacyjnych, określenie wyzwań edukacyjnych wynikających z charakterystyki poznawczej i społecznej tej generacji, teoretyczne uzasadnienie i zaproponowanie metod kolaboratywnych, w których pokolenie Alfa funkcjonowało nie tylko jako odbiorca, lecz także jako współtwórca wiedzy, zbadanie potencjału antropologii współpracy i antropologii codzienności oraz sformułowanie rekomendacji dla edukacji medialnej 4.0 w zakresie projektowania działań dydaktycznych i badawczych angażujących pokolenie Alfa w sposób autentyczny, interaktywny i współuczestniczący.

Podsumowując, artykuł wykazał, że badania i edukacja medialna muszą systematycznie ewoluować w kierunku elastycznych, praktycznych i uczestniczących podejść, które uwzględniałyby specyfikę pokolenia Alfa oraz wspierałyby rozwój kompetencji medialnych, cyfrowych i społecznych niezbędnych we współczesnym cyfrowym ekosystemie medialnym.

Bibliografia

- Amrit K.J., *Understanding Generation Alpha*, 2020, <https://doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g>.
- Bard A., Soderquist J., *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, tłum. P. Cypriański, Warszawa 2006.
- Bauman Z., *Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty*, Polity Press, 2007.

- Berkowitz D., *13 Things to Know about the Alpha Generation: The Newest Generation Has No Purchasing Power Yet, but Will Soon Take Over the World*, AdAge, 28.01.2016, [on-line:] <https://adage.com/article/digitalnext/13-things-alpha-generation/302366> – 16.10.2024.
- Bourdieu P., *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Droz, Genève 1972.
- Carter C.M., *The Complete Guide to Generation Alpha, the Children of Millennials*, Forbes, 21.12.2016, [on-line:] <https://www.forbes.com/sites/christinecarter/2016/12/21/the-complete-guide-to-generation-alpha-the-children-of-millennials> – 3.11.2025.
- Carter S., *The Generation Gap in Digital Learning*, Routledge, 2016.
- Castells M., *The Rise of the Network Society*, Blackwell Publishers, 2000.
- Certeau M., *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, tłum. K. Thiel-Jańczuk, Kraków 2008.
- Chaney D., *Cultural Change and Everyday Life*, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2002.
- Clifford J., O autorycie etnograficznym, [w:] *Kłopoty z kulturą. Dwudziestowieczna etnografia, literatura i sztuka*, tłum. J. Iracka, S. Sikora, Warszawa 2000, s. 29–63.
- Clifford J., Władza i dialog w etnografii, [w:] *Kłopoty z kulturą. Dwudziestowieczna etnografia, literatura i sztuka*, tłum. S. Sikora, Warszawa 2000, s. 64–83.
- Fluehr-Lobban C., *Collaborative Anthropology as Twenty-first-Century Ethical Anthropology*, „Collaborative Anthropologies” 2008, vol. 1, s. 175–182.
- Gmiterek G., *Rzeczywistość rozszerzona a książka i prasa*, [w:] *LaTel. Z badań nad wykorzystaniem technologii informacyjnych w bibliologii i informatologii*, red. G. Gmiterek, M. Ochmański, M. Roszkowski, Warszawa 2015, s. 42–65.
- Lange R., Wronska A., Ładna A., Kamiński K., Błazej M., Jankiewicz A., Roślaniec K., *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania dzieci i rodziców*, Warszawa 2023, <https://www.nck.pl/upload/2024/04/nastolatki-3-0.pdf> – 15.02.2024.
- Lefebvre H., *Critique de la vie quotidienne*, Grasset, Paris 1947.
- Maffesoli M., *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*, Sage Publications, London 1996.
- McCrindle M., Fell A., *Understanding Generation Alpha*, [on-line:] <https://generationalalpha.com/wp-content/uploads/2020/02/Understanding-Generation-Alpha-McCrindle.pdf> – 15.02.2024.
- Morańska D., Ciesielka M., Jędrzejko M.Z., *Edukacja w cyfrowym świecie: edukacja 4.0*, Warszawa 2020.
- Ogonowska A., *Typy eksperta: koegzystencja starych i nowych ekspertów we współczesnej sferze publicznej i przestrzeniach medialnych*, „Kultura Współczesna” 2023, nr 2 (122), s. 120–134.
- Ogonowska A., Walecka-Rynduch A., *Młodzi dorośli wobec dezinformacji. Katalogi i rzeczywiste profile kompetencji cyfrowych*, Kraków 2024.
- Pęczak M., *Kultury młodzieżowe. Studia z socjologii stylu życia*, Warszawa 2012.
- Sztompka P., *Socjologia codzienności*, Kraków 2008.
- Tomasello M., *Kulturowe źródła ludzkiego poznania*, tłum. J. Rączaszek-Leonardi, Warszawa 2020.

Turkle S., *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Basic Books, 2011.

Vygotsky L.S., *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*, Harvard University Press, 1978.

Zasadzka Z., *Czytelnictwo dzieci i młodzieży*, Narodowe Centrum Kultury, 2014, [online:] <https://www.nck.pl> – 15.02.2024.

Streszczenie

Celem artykułu jest powiązanie atrybutów pokolenia Alfa ze strategiami podnoszenia ich kompetencji medialnych i cyfrowych w ramach edukacji formalnej oraz prowadzenia badań naukowych poświęconych tytułowej problematyce. Do tego celu wykorzystano elementy antropologii kolaboratywnej oraz antropologii codzienności. Przedstawione w artykule wyniki badań zastanych i własnych dotyczą obecnych i przyszłych strategii korzystania z mediów różnego typu przez nowe pokolenie, także w odniesieniu do mediów wykorzystujących dyskurs językowy. Poczynione w artykule ustalenia są także istotne dla wydawców książek i rynku prasy. W odniesieniu do wyzwań współczesnej cywilizacji medialnej pożądane są bowiem nowe strategie nawiązania komunikacji z tym pokoleniem, czyli takich, które będą z jednej strony kompatybilne do ich potrzeb, możliwości i oczekiwań, a z drugiej – spójne z założeniami edukacji (medialnej) 4.0.

Słowa kluczowe: kompetencje medialne, kompetencje cyfrowe, pokolenie Alfa, antropologia codzienności, projekty kolaboratywne

Media and digital competences of Generation Alpha – towards collaborative education methods, collaborative research projects and everyday anthropology

Abstract

The aim of the article is to link the attributes of Generation Alpha with strategies for improving their media and digital competences within formal and home education and conducting scientific research on the title issue. Elements of collaborative anthropology and anthropology of everyday life were used for this purpose. The results of existing and own research presented in the article concern current and future strategies for using various types of media by new generations, also in relation to media using linguistic discourse. The findings made in the article are also important for book publishers and the press market. In relation to the challenges of contemporary media civilization, new strategies for establishing communication with this generation are desirable, which will be, on the one hand, compatible with their needs, possibilities and expectations, and on the other hand – consistent with the assumptions of (media) education 4.0.

Keywords: media competences, digital competences, Generation Alpha, anthropology of everyday life, collaborative projects