

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia 17 (2019)

ISSN 2081-1861

DOI 10.24917/20811861.17.21

Magdalena B. Król

Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

ORCID 0000-0003-4866-0385

***Learning by doing* a pokolenie Z na przykładzie realizacji projektu „UPoluj kulturę!”**

Wstęp

Problematyka dotycząca tworzenia charakterystyk kolejnych pokoleń często podejmowana jest przez badaczy, jednak najczęściej przedmiotem zainteresowania są aspekty związane z pracą zawodową. W niedalekiej przyszłości, wraz z wejściem pokolenia Z na rynek pracy, pojawią się pierwsze badania w tym zakresie. Pokolenie Z jest pokoleniem bardzo młodym, znajdującym się obecnie w fazie kształcenia na poziomie wyższym, stąd do tej pory przeprowadzono niewielką liczbę badań mających na celu określenie cech charakterystycznych nowego pokolenia. Zauważona została pewna luka badawcza związana z brakiem podejmowanych badań skoncentrowanych na wcześniejszym etapie, tj. edukacji pokolenia Z na poziomie akademickim, która kształtuje, a przynajmniej kształtować powinna, kompetencje zawodowe, w tym – wiedzę, umiejętności i podejście do pracy.

Pokolenie Z, które jako pierwsze w pełni wychowane zostało z dostępem do sieci, dla którego świat wirtualny i realny stanowią jedność, a stała obecność w sieci jest czymś naturalnym; mające szybki i łatwy dostęp do nieograniczonej ilości informacji; żyjące w kulturze fragmentu, z wyraźną dominacją obrazu i dźwięku przy jednoczesnej rezygnacji z tekstu, dla którego dłuższa narracja staje się niezrozumiała i męcząca, zdaje się wymagać innego podejścia dydaktycznego i zweryfikowania dotychczas stosowanych metod.

Artykuł prezentuje wyniki przeprowadzonych badań własnych, w których podjęto próbę odpowiedzi na pytanie badawcze – czy aktywne metody nauczania w większym stopniu są dopasowane do potrzeb edukacyjnych pokolenia Z niż metody tradycyjne? W tym celu przeprowadzony został eksperyment polegający na realizacji projektu przez studentów pokolenia Z, któremu towarzyszyła obserwacja uczestnicząca autorki publikacji. Wyniki prowadzonej obserwacji pozwoliły na wyodrębnienie cech charakterystycznych dla pokolenia Z. Przeprowadzone badanie nie daje oczywiście pełnego obrazu, ale z pewnością stanowić może punkt wyjścia dla dalszych, pogłębionych badań w tym zakresie.

Learning by doing a pokolenie Z

Pokolenie Z¹ trzy lata temu rozpoczęło naukę w uczelniach wyższych i przez najbliższe lata to właśnie ono będzie odbiorcą akademickiej oferty edukacyjnej. Pokolenie to jest młode, stąd bardzo mało przeprowadzono jeszcze badań, których byłoby ono przedmiotem. Jedne z pierwszych, jakie można znaleźć w literaturze, dotyczą próby scharakteryzowania tej generacji – osób urodzonych po roku 1997. Nazywane jest ono pokoleniem multitasking, instant, egoistów – jedynaków, Dzieci Internetu, sieciaków, ekranolatków, TV babies²; pokoleniem Facebooka, Instagramu, MySpace'a i SMS-ów³; często określane również jako pokolenie C od „connected”, czyli podłączony do sieci lub „iGeneration”⁴. Dorastało w otoczeniu nowych technologii, stąd często uzależnione jest od komputerów, telefonów, Internetu i aplikacji „app-dependent”. Przejawia lęk, że coś ich ominie „fear of missing out” (FOMO), stąd czuje ogromną potrzebę bycia w sieci w każdym momencie, a bycie off-line wywołuje frustrację. Jest pragmatyczne, oczekuje szybkich efektów, szybko podejmuje decyzje i płytko ocenia informacje, przeważa u nich zmysł wzroku i ruchu a koncentracja trwa do 8 minut, ma doskonałą koordynację oka-ręki, jest otwarte na innowacje, preferuje wieloznaczność, wykonuje kilka czynności jednocześnie⁵. Urodzeni z telefonem komórkowym w dłoni, mają nieustającą potrzebę

1 W literaturze przedmiotu występują różne klasyfikacje generacji (pokoleń), ze względu na niemożność jednoznacznego określenia dat granicznych, uznawanych za początek i koniec danego pokolenia. Najczęściej jednak spotykany jest podział generacji ze względu na rok urodzenia z nieznaczными przesunięciami czasowymi [oprac. na podstawie: A. Gwarek, W. Samitowska, M. Smoguła, 2014, s. 129; B. Hysa, 2016, s. 387; I. Czarska, 2016, s. 261–217; M. R. Jabłońska, K. Billewicz, 2016, s. 86; M. Wasylewicz, 2016, s. 138]:

- 1928–1945 – „cicha generacja”, „the Silent Generation”, „Radio Babies”, „Veterans”; tzw. budowniczości współczesnej Europy;
- 1946–1964 – pokolenie „Baby Boomers”, tzw. pokolenie wyżu demograficznego i gospodarczego boomu;
- 1965–1979 – pokolenie X, „Baby Busters”, „Post Boomers”, „Slacker Generation”, „generacja obojętna”, „pokolenie stracone”; w Polsce nazywane pokoleniem PRL, pokoleniem Nic na serio, Białe kołnierzyki, Błękitne kołnierzyki; dorastający w okresie kryzysu gospodarczego lat 70.;
- 1980–1996 – pokolenie Y, „generacja Millenium”, „Millenials”, „generacja Why”, „generacja poszukująca”, „następna generacja”, „generacja Net”, „digital natives”, „generacja sieci”, „generacja Eisteina”, „Echo Boomers”; pokolenie kłapek i iPodów, generation me; wychowani w erze globalizacji i powszechnego dostępu do Internetu.;
- 1997-aktualnie – pokolenie Z stanowiące przedmiot zainteresowania niniejszego opracowania.

2 I. Czarska, *Pokolenie head down jako konsekwencja smatrfonizacji społeczeństwa*, [w:] *Badania marketingowe – zmiany w metodologii i technikach badawczych*, Wrocław 2016, s. 217.

3 M. Wasylewicz, *Transformacja sposobu komunikowania się pokolenia X, Y, Z – bilans zysków i strat*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Pedagogika” 2016, s. 138.

4 B. Hysa, *Zarządzanie różnorodnością pokoleniową*, „Organizacja i Zarządzanie” 2016, z. 97, s. 289; A. Gwarek, W. Samitowska, M. Smoguła, *Zderzenie pokoleń a rynek pracy*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2014, nr 114, s. 129.

5 Materiał szkoleniowy ze szkolenia „*Learning-by-doing*, czyli aktywne metody nauczania” organizowanego przez Centrum Doskonalenia Kompetencji Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie realizowanego w ramach projektu „Uczelnia najwyższej jakości – UP to the

bycia w sieci, użytkownicy i konsumenci mediów, ale przede wszystkim ich twórcy; pokolenie, które całkowicie zmieniło Internet⁶. Z kolei I. Czerska wymienia cechy charakterystyczne pokolenia Z, takie jak: bardzo wysoka zdolność funkcjonowania i rozległe kontakty w wirtualnym świecie, tworzenie społeczności wirtualnych, brak umiejętności interpretacji świata, konsumpcjonizm, niechęć do monotonicznego życia zawodowego i preferowanie pracy zdalnej, wykonywanie wielu czynności naraz, konieczność otrzymywania szybkiego feedbacku, brak rozwoju inteligencji emocjonalnej. Przedstawiciele tego pokolenia odbierani są jako: wymagający egocentrycy, samolubni hipsterzy, osoby dorastające w dobrobycie, szybko wyrażający własne opinie, niezdolni do empatii, trudniej nawiązujący trwałe więzi, nie uznający hierarchii⁷. Dla B. Hysey pokolenie Z to ludzie, którzy wyrosli pod wpływem Harry’ego Pottera, talent show a także wszystkiego co jest „i” – iTunes, iPhones, iPods, iPads. Dla nich świat wirtualny i realny to jedna i ta sama rzeczywistość a Internet i nowe technologie są czymś oczywistym⁸. Osoby należące do pokolenia Z nie potrafią funkcjonować bez Internetu i mediów elektronicznych, chcą osiągnąć spektakularną karierę zawodową w sposób natychmiastowy i bezwysiłkowy, co więcej nie zależy im na stabilności w pracy, szukają różnorodności i uciekają od rutyny; są otwarte na próbowanie nowych metod pracy; potrafią robić wiele rzeczy naraz oraz trudno im się skupić na jednej czynności. Do życia nastawieni są w sposób realistyczny, pragmatyczny i materialistyczny. Chcą wszystko mieć i osiągać natychmiast. Wyróżnia ich też podejście do wiedzy – sami czerpią ją z Internetu i dlatego nie jest ona dla nich podstawowym atrybutem pracownika na rynku pracy⁹.

Z pokoleniem Z wiąże się pierwszy zdiagnozowany już problem, jakim jest coraz większa rzesza młodych osób tworzących tzw. generację NEET¹⁰ (not in educa-

TOP” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego w marcu 2019 r., s. 21.

6 M. Wasylewicz, *Transformacja sposobu komunikowania się pokolenia...*, s. 138.

7 I. Czerska, *Pokolenie head down...*, s. 217.

8 M. Reszko, *Pokolenie X, Y, Z Nowe znaczenie skutecznego przywództwa*, Gdańsk 2015; M. R. Jabłońska, K. Billewicz, *Pokolenie przełomu w WEB 2.0*, „Acta Universitatis Lodzianensis, Folia Sociologica” 2016, 56, s. 86.

9 B. Hysa, *Zarządzanie różnorodnością pokoleniową...*, s. 394.

10 Pojęcie NEET zostało po raz pierwszy użyte w 1999 r. w Wielkiej Brytanii do przedstawienia sytuacji młodzieży w wieku 16–18 lat. Genezy NEET upatruje się najczęściej w:

- niezadowoleniu ze szkoły, co powoduje opuszczanie zajęć, a to z kolei generuje zaległości w nauce, trudności z zaliczeniem egzaminów, sprawdzianów i prowadzi do dalszego zniechęcenia i rezygnacji z nauki;

- postawie osób młodych – niskiej motywacji, chęci natychmiastowej gratyfikacji, nieumiejętności dostosowania się do zasad obowiązujących w szkole, pracy, braku pomysłów na wykorzystanie swoich kompetencji;

- niskiej samoocenie – badania pokazują, że przedstawiciele generacji NEET w porównaniu ze swoimi rówieśnikami mają niższe poczucie własnej wartości, mniejszą skuteczność działania, nie dostrzegają swoich mocnych stron, bardzo obawiają się porażki;

- negatywnej sytuacji na lokalnym rynku pracy – podejmowane próby znalezienia pracy nie przynoszą rezultatu, co prowadzi do zniechęcenia, poddania się, utraty nadziei, że poszukiwanie zatrudnienia ma sens i wreszcie zakończy się sukcesem;

- globalnym kryzysie ekonomicznym, którego negatywne konsekwencje dotknęły młode osoby zaczynające swoją karierę zawodową [J. Wiktorowicz, I. Warwas,

tion, employment or training), czyli osób w wieku 15–24 lat, które przez co najmniej sześć miesięcy nie uczyły się, nie pracowały i nie uczestniczyły w kursach doszkalających. Powstanie generacji NEET, jak i jej dynamiczny rozwój wynika właśnie z cech charakteryzujących pokolenie Z. Aktualnie generacja NEET jest przedmiotem zainteresowań i licznych badań naukowców zarówno na świecie, jak i w Polsce¹¹. Szerokie działania, mające na celu przyczynić się do aktywizacji zawodowej i poprawy sytuacji młodych ludzi na polskim rynku pracy, prowadzone są w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój (POWER), na realizację którego przeznaczono 4,6 mld EURO, z czego 37% tej kwoty (ok. 1,7 mld EURO) przeznaczone zostało właśnie na wsparcie osób z grupy NEET¹².

Mając na uwadze wyżej wymienione cechy charakteryzujące pokolenie Z, warto zwrócić szczególną uwagę na aktywne metody nauczania wykorzystywane w procesie dydaktycznym w szkole wyższej. Wydają się one być w większym stopniu dopasowane zarówno do możliwości percepcyjnych, jak i predyspozycji nowego pokolenia.

Jedną z aktywnych metod nauczania jest *learning by doing*, czyli uczenie się poprzez działanie i wykonywanie określonej pracy¹³, które może być realizowane na dwa sposoby, jako¹⁴:

- uczenie się na projektach (ang. Project based learning);
- uczenie się na problemach (ang. Problem based learning).

Istotą stosowania metody *learning by doing* jest przygotowanie osób uczących się do działania ze zrozumieniem. Domniemaną genezą metody *learning by doing* wydaje się być myśl Konfucjusza: „Powiedz mi – a zapomnę; pokaż mi – a zapamiętam; pozwól mi zrobić – a zrozumieć”. Wg J. Czechowskiego „praca jako działanie praktyczne i związane z nią doświadczenie pomagają trwale zapamiętać wiadomości, lepiej je zrozumieć oraz wdrażają do większej samodzielności”¹⁵. Metoda przenosi punkt ciężkości z dydaktyka koncentrującego się głównie na prezentacji

Pokolenia na rynku pracy, [w:] Pokolenia – co się zmienia? Kompendium zarządzania multigeneracyjnego, red. J. Wiktorowicz, I. Warwas, M. Kuba, E. Staszewska, P. Woszczyk, A. Stankiewicz, J. Kliombka-Jarzyna, Wolters Kluwer, Warszawa 2016, s. 33].

11 M.in. aktualnie, w latach 2019–2021 Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie/ Instytut Filozofii i Socjologii realizuje projekt „Mentoring NEETs” ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014–2020, Priorytet IV Innowacje społeczne i współpraca ponadnarodowa, Działanie 4.3. Współpraca ponadnarodowa, współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Celem projektu jest w okresie 32 m-cy wytworzenie, a następnie przetestowanie, modyfikacja w ponadnarodowym konsorcjum publiczno-prywatnym nowych narzędzi wspierających proces aktywizacji oraz rozwój kompetencji społecznych przydatnych m. in. na rynku pracy wśród polskiej młodzieży tzw. NEET i ich wdrożenie przez minimum 16 podmiotów działających na rzecz NEET na terytorium całego kraju. Więcej na stronie projektu: <https://projekty.up.krakow.pl/projekty-realizowane/mentoring-neets/kontakt/>.

12 A. Surma, T. Szopiński, *Pomysł – Pieniądze – Przedsiębiorstwo*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2017, s. 43–44.

13 T. P. Wright, *Factors affecting the cost of airplanes*, „Journal of Aeronautical Sciences” 1936, 3(4), s. 123.

14 Materiał szkoleniowy ze szkolenia „*Learning-by-doing*, czyli aktywne metody nauczania” organizowanego przez Centrum Doskonalenia Kompetencji Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie realizowanego w ramach projektu „Uczelnia najwyższej jakości – UP to the TOP” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego w marcu 2019 r.

15 J. Czechowski, *Wartość pracy i działania w procesach uczenia się*, Kraków 2010, s. 5.

wiedzy, na uczącego się od którego wymaga konieczności pogłębiania wiedzy we własnym zakresie. Aktywny jest student, który zdobywa wiedzę w drodze poszukiwań i doświadczeń z własnej pracy, często wynikających z konieczności rozwiązywania pojawiających się problemów, współpracy i komunikowania się z członkami zespołu projektowego a także krytycznego myślenia. Z kolei zadaniem prowadzącego jest kreowanie rzeczywistości sprzyjającej zdobywaniu wiedzy i zwiększaniu zaangażowania, obserwacja i udzielanie wsparcia, zwracanie uwagi na interdyscyplinarny charakter rzeczywistych problemów oraz motywowanie do działania. Często metoda *learning by doing* wymaga od dydaktyka dużo większego przygotowania jak i zaangażowania – czasu, energii i uwagi.

O skuteczności metody *learning by doing* decydują czynniki takie jak¹⁶:

- praca nad realnymi problemami w oparciu o autentyczne wyzwania związane z wykonywaną pracą;
- zobowiązanie się do wdrażania przyjętych rozwiązań;
- aktywne uczestnictwo w zespołowym uczeniu się;
- przejęcie indywidualnej odpowiedzialności za samodzielne realizowanie własnych wyzwań;
- możliwość odniesienia pozyskanej wiedzy do życia poza uczelnią;
- poczucie, że własne zaangażowanie i dążenie do rozwiązania problemu poprowadzi do sukcesu, bądź zmiany jakości własnego życia.

W *learning by doing* teoria nabywana jest poprzez i w trakcie samego działania, zaś jej rewizja winna nastąpić przez uczącego się wraz z zakończeniem działania. Taki sposób opanowywania wiedzy przez młode pokolenie Z, zbliżony jest do metodyki uczenia się dorosłych, która zakłada, że teoria ma następować po praktyce¹⁷. Wydaje się, że też i inne cechy wyróżniające nauczanie osób dorosłych paradoksalnie mają zastosowanie w nauczaniu młodego pokolenia Z, takie jak:

- widoczna adekwatność proponowanej im wiedzy do pracy lub potrzeb osobistych – chcą wiedzieć, jak zastosować nabyte umiejętności w praktyce, dlatego najchętniej słuchają praktyków i lubią wykonywać praktyczne działania; chcą nauczyć się, jak radzić sobie z konkretnymi sytuacjami;
- traktowanie z szacunkiem – możliwość wyrażania swoich uwag i opinii oraz pewność, że są słuchani;
- znajomość celu/ów prowadzonego kursu i wewnętrzna na nie zgoda;
- rozumienie znaczenia i wartości tego, czego się uczą;
- oczekiwanie zaangażowania i bardzo dobrego przygotowania do zajęć;
- zapewnienie wygody psychicznej i fizycznej – długie wykłady, niekompetentni prowadzący, niewygodne siedzenia, monotonia, brak możliwości ćwiczenia nabywanej wiedzy, nieadekwatność tematu kursu do ich oczekiwań wywołują trwałą irytację i opór¹⁸.

16 Opr. na podstawie: Kazimierska I., Lachowicz I., Piotrowska L., *Metod action learning*, Publikacja powstała w ramach programu System doskonalenia oparty na ogólnodostępnym kompleksowym wspomaganie szkół realizowanego przez Ośrodek Rozwoju Edukacji – projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego, Warszawa 2014.

17 Według R. Revansa za: I. Kazimierska, I. Lachowicz, L. Piotrowska, *Metod action learning*, s. 3.

18 I. Kazimierska, I. Lachowicz, L. Piotrowska (b), *Uczenie się dorosłych – cykl Kolba, Wsparcie Sore*, Materiał przygotowany w ramach programu System doskonalenia nauczycieli

Learning by doing realizowane w formie nauki na projektach jest metodą szeroko stosowaną w krajach Unii Europejskiej, w polskich uczelniach – dość rzadko. B. Zając zwraca uwagę, że najlepsze rezultaty stosowania tej metody osiąga się wówczas, gdy prowadzącemu uda się zachęcić studentów to tego, aby wzięli odpowiedzialność za wykonywanie zadań w projekcie i wykazali się dużym poziomem samodzielności. Wówczas jakość kształcenia będzie znaczenie wyższa niż w przypadku tradycyjnych metod¹⁹. Metoda projektów polega na wykonywaniu przez uczących się zadania praktycznego, tj. przedsięwzięcia wymagającego zorganizowania²⁰. Do podstawowych cech kształcenia metodą projektów zaliczane jest orientowanie się na:

- osobę uczącą się – samodzielne uczenie się poprzez realizację większego przedsięwzięcia;
- rzeczywistość – rozwiązywanie problemów praktycznych w warunkach pozauczelnianych;
- produkt – wykorzystywanie wiadomości z różnych dyscyplin naukowych w celu stworzenia projektu w postaci modelu²¹.

Wydaje się, że metoda *learning by doing* w formie realizacji projektu oprócz nabywania wiedzy, w sposób bardziej skuteczny i interesujący dla pokolenia Z, przyczynia się do rozwijania wielu niezbędnych – do radzenia sobie we współczesnym świecie – kompetencji miękkich, m. in.: odpowiedzialności, samodzielności, wytrwałości i determinacji w osiąganiu celu, budowania poczucia sprawczości, rozwijania pasji poznawczej, inicjatywy i przedsiębiorczości osobistej, sprawnego komunikowania się oraz pracy zespołowej.

Metodyka prowadzonych badań

W ostatnich latach prowadzone są liczne badania mające na celu stworzenie charakterystyk kolejnych pokoleń zwłaszcza w kontekście odnajdywania się na rynku pracy. Identyfikowane są występujące pomiędzy nimi różnice, a także z dużym zainteresowaniem badacze przyglądają się sytuacjom, w których dochodzi do wspólnego działania na gruncie zawodowym osób przynależących do różnych pokoleń, w tym pracy w zespole, stylów zarządzania i komunikowania się. Niewielka liczba badań poświęcona była pokoleniu Z, a to z uwagi na fakt, iż przedstawiciele tego pokolenia to osoby młode (najstarsze osoby mają aktualnie 22 lata) i dopiero zaczynają wchodzić na rynek pracy. Co więcej, do tej pory nie były jeszcze prowadzone badania skupiające się na pokoleniu Z pod kątem ich potrzeb edukacyjnych jak i stosowanych, w edukacji akademickiej, dla nich metod, co w konsekwencji może mieć decydujący wpływ na ich podejście do pracy i powierzonych zadań. W tym celu podjęto próbę znalezienia odpowiedzi na postawione pytanie badawcze – czy aktywne metody

oparty na ogólnodostępnym kompleksowym wspomaganie szkół, realizowanego przez Ośrodek Rozwoju Edukacji. Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego, Ośrodek Rozwoju Edukacji, Warszawa 2014, s. 2–3.

19 B. Zając, *Metoda projektów jako strategia postępowania dydaktycznego na wyższej uczelni. O efektach kształcenia i metodzie projektów*, „Studia Edukacyjne” 2015, nr 34, s. 301.

20 K. Borgnakke, *Uczenie się poprzez praktykę – badania etnograficzne i analiza polemik na temat „uczenia się poprzez działanie”*, „Innowacje w Edukacji Akademickiej” 2004, 1(4), s. 7.

21 M. S. Szymański, *O metodzie projektów*, Warszawa 2000, s. 19.

nauczania w większym stopniu są dopasowane do potrzeb edukacyjnych pokolenia Z niż metody tradycyjne? Uszczegółowienie celu badań stanowiły sformułowane pytania badawcze:

- czy kursy praktyczne stanowią ważny element w programie studiów dla studentów pokolenia Z?
- czy *learning by doing* jest interesującą metodą dydaktyczną dla studentów pokolenia Z?
- czy w toku studiów powinna znaleźć się większa liczba kursów oparta o uczenie się przez działanie?
- czy udział w realizacji projektu był interesującą formą nauki dla uczestników?
- w jakim stopniu kurs realizowany w formie projektu był przydatny dla studentów?
- czy byłoby zainteresowanie wzięciem udziału w realizacji podobnego projektu?
- jak członkowie zespołu projektowego oceniają wkład swojej pracy, poziom zaangażowania i poczucie satysfakcji z pracy w projekcie?
- jaki rodzaj pracy preferują przedstawiciele pokolenia Z?
- czy studenci pokolenia Z posiadają cechy lidera zespołu projektowego?

W celu zweryfikowania hipotezy i znalezienia odpowiedzi na postawione pytania badawcze, zastosowano trzy metody badawcze wyrastające z różnych założeń metodologicznych: eksperyment, badanie ankietowe, obserwacja. Przeprowadzenie eksperymentu polegało na realizacji projektu przez członków zespołu projektowego składającego się z przedstawicieli pokolenia Z zakończonego dokonaną przez nich ewaluacją projektu, któremu towarzyszyła obserwacja uczestnicząca prowadzona z perspektywy kierownika projektu.

Eksperyment w postaci realizacji projektu „UPoluj kulturę!” przeprowadzony został w ramach kursu „Animacja życia kulturalnego” (30h), realizowanego na III roku studiów stacjonarnych na kierunku Zarządzanie Informacją i Publikowanie Cyfrowe w Instytucie Nauk o Informacji Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie²². Do przeprowadzenia kursu z wykorzystaniem *learning by doing* skłoniły prowadzącą kurs trzy przesłanki:

- nazwa kierunku: zawiera w sobie dwa człony: „zarządzanie informacją” – w szerszym rozumieniu realizacja projektu kulturalnego zawiera szereg elementów ściśle związanych z zarządzaniem informacją; oraz „publikowanie cyfrowe” – w szerokim zakresie obecne w projekcie kulturalnym, głównie

22 Instytut Nauk o Informacji Uniwersytetu Pedagogicznego to jednostka dydaktyczno-naukowa zajmująca się kształceniem w zakresie zawodów informacyjnych i badaniami z obszaru komunikacji społecznej i nauki o mediach, w tym bibliologii i informatologii. Aktualnie na różnych poziomach kształci specjalistów na kierunkach: Architektura informacji (st. I stopnia); Zarządzanie informacją i publikowanie cyfrowe (st. I i II stopnia); Bibliotekoznawstwo i informacja naukowa (st. podyplomowe 2 lub 3 semestralne). Oferta INoI obejmuje studia w trybie stacjonarnym i niestacjonarnym. Doraźnie organizuje też warsztaty oraz specjalistyczne seminaria. Pracownicy INoI prowadzą badania z zakresu: informacji naukowej, architektury informacji, historii książki i prasy; antropologii książki; badań rynku książki i mediów oraz czytelnictwa, naukoznawstwa i biblioterapii. INoI jest jedną z najstarszych placówek tego typu w kraju. Działa nieprzerwanie od 1973 r. Do końca 2018 r. wypromowała blisko 4000 dyplomantów (magistrów i licencjatów). Wielu absolwentów INoI zajmuje aktualnie wysokie stanowiska w instytucjach kultury i mediach lub podjęło kształcenie na studiach doktorskich (<https://inoi.up.krakow.pl/o-nas/>).

w działaniach promocyjnych, w tym poprzez tworzenie treści i ich publikowanie w social mediach,

- nazwa kursu: animacja rozumiana jako ożywianie²³, czy też „inicjowanie i pobudzanie jakichś działań”²⁴; a przede wszystkim jak definiuje życie kulturalne B. Fatyga to „charakterystyczne dla danej zbiorowości sposoby funkcjonowania żywej kultury, które przejawiają się jako konkretne praktyki kulturalne (...) pojęcie kieruje uwagę przede wszystkim w stronę uczestnictwa w tzw. kulturze wysokiej bądź w stronę zagadnień związanych z tradycyjnie rozumianą edukacją kulturalną, która – wedle tradycyjnego poglądu – winna przygotowywać odbiorców do owego uczestnictwa”²⁵,
- liczne postulaty studentów dotyczące włączenia do programu studiów większej liczby kursów zawierających element praktyczny.

Eksperyment prowadzony był przez piętnaście tygodni, w okresie od lutego do czerwca 2019 r. Dobór grupy badawczej był celowy, bowiem w eksperymencie udział wzięli wszyscy studenci III roku ZliPC, tj. 33 osoby, w tym 25 kobiet i 8 mężczyzn, w wieku 22 lat. Wszystkie osoby brały udział w realizacji projektu „UPoluj kulturę!”, a także w badaniu ankietowym stanowiącym ewaluację projektu. Kwestionariusz badawczy zawierał pytania otwarte oraz zamknięte i składał się z 6 obszarów tematycznych: 1. Metoda *learning by doing*, czyli uczenie się w praktyce; 2. Praca indywidualna, czyli część całości projektu „UPoluj kulturę!”, 3. Koordynator/ Kierownik projektu „UPoluj kulturę!”, 4. Praca w zespole projektowym; 5. Zarządzanie informacją w projekcie „UPoluj kulturę!”, 6. Wnioski i rekomendacje na przyszłość; z czego do niniejszego opracowania wykorzystano uzyskany materiał badawczy z części pierwszej kwestionariusza²⁶, a także wybrane zagadnienia z pozostałych obszarów tematycznych. Eksperyment poddany był obserwacji uczestniczącej²⁷ prowadzonej z perspektywy kierownika projektu, którym była autorka niniejszej publikacji.

„UPoluj kulturę!” – przebieg eksperymentu

Propozycja kursu prowadzonego w formie realizacji projektu w praktyce spotkała się z zaskoczeniem, zdziwieniem, ale przede wszystkim z ogromnym niedowierzaniem ze strony całej grupy studentów: „ale przecież to nie będzie działało naprawdę, w rzeczywistości?”. Zaskoczenie spowodowane było faktem, że w okresie całych studiów studenci nie spotkali się jeszcze nigdy z taką formą prowadzenia zajęć. Praca zespołowa, przy realizacji projektu, kojarzyła się studentom do tej pory z pracą nad przygotowaniem projektu teoretycznego, wirtualnego, „na kartce papieru”. Fakt, że tym razem wszystko będzie działało naprawdę, realnie, w rzeczywistym świecie, poza murami Uczelni, z prawdziwymi ludźmi i pieniędzmi wzbudził wiele

23 <https://sloownik-wyrazowobcych.eu/animacja-2/>

24 <https://sjp.pwn.pl/sjp/animacja;2550099.html>

25 B. Fatyga, *Słownik teorii żywej kultury*, Warszawa 2013.

26 Pierwsza część kwestionariusza badawczego: 1. Metoda *learning by doing*, czyli uczenie się w praktyce – zawierała 11 pytań, w tym 10 otwartych i 1 zamknięte. Pytania koncentrowały się na praktycznym aspekcie nauczania i przydatności kursu, prowadzonego metodą *learning by doing*, dla studentów.

27 więcej o zastosowanej metodzie badawczej w: M. B. Król, *Skuteczne zarządzanie projektami a kompetencje interpersonalne*, Warszawa 2017, s. 100–102.

emocji; oprócz wcześniej wspomnianego niedowierzania, również zaciekawienie, entuzjazm i poczucie bycia docenionym: „Pani nam zaufała!”. Przed przystąpieniem do pracy, studenci zostali poinformowani, że ten rodzaj pracy bardzo często wiąże się z większym nakładem czasu, pracy i zaangażowania. Z drugiej jednak strony przynosi duże poczucie satysfakcji. Studenci mieli pozostawioną dużą swobodę co do kreowania zarówno pomysłu na projekt, jak i całej jego zawartości merytorycznej. Ich szczególna rola polegała przede wszystkim na tym, że mieli możliwość stworzenia od podstaw przedsięwzięcia kulturalnego, które będzie kontynuowane przez kolejne roczniki studentów, bowiem w założeniu pomysł zakładał cykliczność przedsięwzięcia.

Pierwsze zadanie, czyli wybór pomysłu na projekt, okazało się być dla studentów bardzo trudne, pomimo ułatwienia w postaci zaadaptowanej na ten cel Formuły Lasswella²⁸, w oparciu o którą pracowali. Określenie tytułu projektu również przysporzyło wiele trudności. Studenci przy poszukiwaniu zarówno pomysłu na projekt, jak i samego tytułu projektu pracowali w oparciu o metodę burzy mózgów²⁹. Finalnie, przy pomocy prowadzącej kurs, zdefiniowany został cel i zakres pierwszej edycji cyklicznego przedsięwzięcia przyjętego do realizacji, poruszającego corocznie inny, aktualny, ważny problem społeczny.

Celem projektu „UPoluj kulturę!” jest podniesienie poziomu wiedzy, zwiększenie zainteresowania oraz uwrażliwienie studentów na ważny aktualnie problem społeczny, jakim w bieżącym roku było zjawisko hejtu. Projekt składał się z trzech elementów:

- seminarium interaktywnego – zaproszeni Goście dzielili się wiedzą i refleksjami związanymi z radzeniem sobie z doświadczanym na co dzień hejtem,
- wystawy – przedstawiającej prace studentów Uniwersytetu Pedagogicznego, których motywem przewodnim był hejt,
- koncertu – będącego finałem projektu, na którym młodzi, dobrze zapowiadający się lokalni Artyści wystąpili dla publiczności, w programie było również karaoke i konkursy z nagrodami.

Grupą docelową projektu „Upoluj kulturę!” byli studenci uczelni wyższych oraz młodzież szkół średnich w Krakowie.

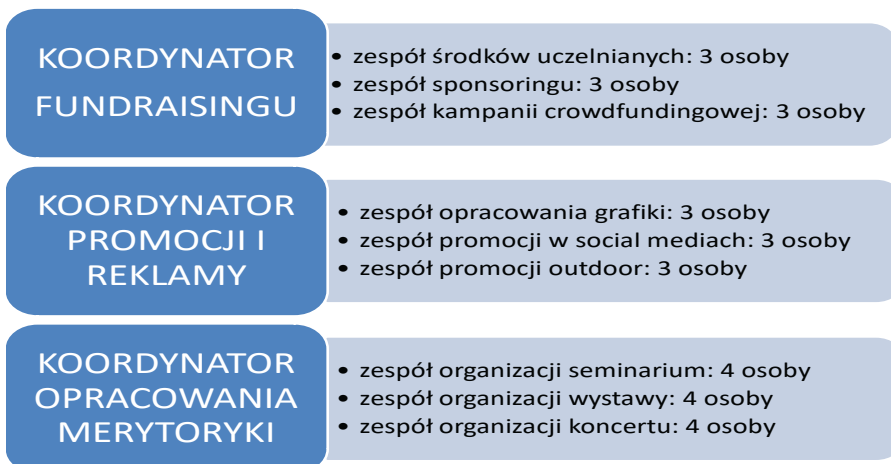
Do realizacji projektu powołany został zespół projektowy, w skład którego weszli wszyscy studenci uczestniczący w kursie wraz z prowadzącą kurs, zgodnie z poniższą strukturą.

Dobór osób do poszczególnych zespołów odbywał się w sposób dobrowolny. Każdy uczestnik projektu sam decydował o tym, w którym zespole chciałby pracować, zgodnie ze swoimi umiejętnościami, zainteresowaniami jak i predyspozycjami osobowymi. Jedynie kierownika zespołu projektowego wybrano jednogłośnie, wskazując na prowadzącą kurs. Aby zintegrować zespół projektowy, a także

28 Zaadaptowanie Formuły Lasswella (1948) na potrzeby pracy nad wygenerowaniem pomysłu na projekt kulturalny: KTO? – CO? – PO CO? – DO KOGO? – JAK? – REZULTAT? (T. Goban-Klas, 2000, s. 20).

29 Brainstorming (z ang.) to technika polegająca na zespołowym poszukiwaniu jak największej liczby nowych, niekonwencjonalnych pomysłów lub rozwiązań problemów; dąży do twórczych rozwiązań dzięki swobodnemu proponowaniu przez grupę albo jednostkę wielu różnych możliwości, choćby się wydawały nierealne lub fantastyczne [M. Wojciechowska, J. Kamińska, B. Żołędowska-Król, 2019, s. 37; J. Stoner, R. Freeman, D. Gilbert, 1998, s. 250, 608; Ch. Hamilton, 2011, s. 368-369].

KIEROWNIK PROJEKTU



Rys. 1. Struktura zespołu projektowego realizującego projekt „UPoluj kulturę!”

Źródło: opracowanie własne.

w odpowiedzi na sygnalizowany, od samego początku przez grupę, problem związany z istniejącymi wewnątrz podziałami, brakiem współpracy oraz słabą komunikacją, przeprowadzone zostały dwie gry dydaktyczne: „Zagubiony w biurowcu”³⁰ i „Niespodziewany atak zimy”³¹. Zespół projektowy spotykał się raz w tygodniu przez piętnaście tygodni; odbyły się również trzy spotkania kierownika projektu z koordynatorami poszczególnych zespołów, a także kilka spotkań roboczych na życzenie członków zespołów projektowych z kierownikiem projektu.

W sposób jasny i zrozumiały podany został wykaz zadań do wykonania przez każdy zespół, a także podane zostały zasady dotyczące zakresu obowiązków i odpowiedzialności, przepływu informacji oraz komunikacji w zespole projektowym. Poniższa tabela prezentuje zestawienie wszystkich, wykonanych w ramach realizacji projektu „UPoluj kulturę!”, działań wraz z osiągniętymi rezultatami.

Projekt z sukcesem zrealizowany został 6 czerwca 2019 r. na terenie Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.

³⁰ Zagubiony w biurowcu – gra dydaktyczna mająca na celu doskonalenie pracy w grupie; zadaniem grupy jest rozwiązanie zagadki i udzielenie odpowiedzi na pytania w toku dyskusji w oparciu o częściowe informacje przekazane każdemu z uczestników przez prowadzącego.

³¹ Niespodziewany atak zimy – gra dydaktyczna mająca na celu doskonalenie komunikacji w grupie; zadaniem grupy jest uszeregowanie przedmiotów według ich ważności do przetrwania w sytuacji, w jakiej się znaleźli.

Tab. 1. Działania realizowane w ramach projektu „UPoluj kulturę!” przez zespół projektowy

Nazwa zespołu projektowego	Wykonane zadania	Osiągnięte rezultaty
– Zespół fundraisingu		
– ds. środków uczelnianych	1. przygotowanie pism o dofinansowanie; 2. opracowanie kosztorysu; 3. prowadzenie rozmów z władzami uczelni; 4. dostarczanie i monitorowanie obiegu dokumentów w uczelni;	– otrzymane dofinansowanie w wysokości 3.000 zł;
– ds. sponsoringu	1. stworzenie listy firm potencjalnych sponsorów; 2. przygotowanie oferty sponsorskiej; 3. wysłanie ofert sponsorskich; 4. utrzymywanie kontaktu z firmami;	– pozyskany sponsoring rzeczowy w postaci 120 szt. napojów gazowanych;
– ds. kampanii crowdfundingowej	1. przygotowanie prezentacji nt. idei crowdfundingu ³² ; 2. przygotowanie tekstu opisującego ideę projektu; 3. nagranie filmu na potrzeby kampanii crowdfundingowej; 4. założenie profilu na platformie crowdfundingowej PolakPotrafi.pl ³³ ; 5. rozpowszechnianie informacji o zbiórce w sieci;	– zebrana założona kwota w wysokości 500 zł ³⁴ i przekazana na cele statutowe Fundacji Humanity in Action Polska ³⁵ ;
Zespół promocji i reklamy		
– ds. opracowania grafiki	1. zaprojektowanie logo projektu; 2. zaprojektowanie plakatu, baneru, zaproszenia; 3. przygotowanie ww. materiałów do druku; 4. wydruk materiałów promocyjnych;	– stworzone materiały promocyjne: plakat, baner, zaproszenie;

32 Crowdfunding – finansowanie projektu przez społeczność w sieci, użytkowników Internetu [M. Wojciechowska, J. Kamińska, B. Żołądowska-Król, 2019, s. 43].

33 PolakPotrafi.pl to największa w Polsce platforma crowdfundingowa, opierająca się o nagrody. Portal opiera się na dwóch zasadach: crowdsourcing (=rozwijanie własnego pomysłu przy wykorzystaniu wiedzy i pomysłów szerokiej społeczności) i crowdfunding (=forma finansowania różnorodnych projektów we współpracy ze społecznością); (polakpotrafi.pl).

34 Zbiórka crowdfundingowa w ramach projektu „UPoluj kulturę!” prowadzona była przez 21 dni, od 21.05.2019 r. do 10.06.2019 r. i została wsparta przez 45 osób; więcej o zbiórce na <https://polakpotrafi.pl/projekt/upoluj-kulture-hejt-off> [www.polakpotrafi.pl].

35 Fundacja Humanity in Action Polska – działa w zakresie poszanowania praw człowieka i wspierania demokracji, społeczeństwa obywatelskiego oraz wielokulturowości. Współpracuje z młodymi ludźmi z pasją, którzy chcą działać na rzecz osób/ grup dotkniętych dyskryminacją oraz pogłębiać swoje zainteresowania prospołeczne. Wspiera w rozwoju niezbędnej wiedzy i umiejętności, by sensownie i skutecznie przeciwdziałać uprzedzeniom oraz reagować na przejawy nienawistnych postaw i zachowań [www.humanityinaction.org].

– ds. promocji w social mediach	<ol style="list-style-type: none"> 1. założenie i prowadzenie profili na portalach społecznościowych: Facebook, Twitter, Instagram; 2. nagranie filmu na potrzeby prowadzenia kampanii promocyjnej; 3. przygotowanie pism o patronat honorowy i patronaty medialne; 4. współpraca z biurem promocji i samorządem studenckim; 5. pozyskanie i dystrybucja gadżetów promocyjnych uczelni; 	<ul style="list-style-type: none"> – utworzone profile: Facebook, Instagram, Twitter; – uzyskany patronat honorowy; – pozyskane 3 patronaty medialne; – otrzymane gadżety promocyjne (parasolki, torby, kubki, notatniki, długopisy, ołówki, notesy, smycze);
– ds. promocji outdoor	<ol style="list-style-type: none"> 1. stworzenie listy miejsc do ekspozycji plakatów; 2. dystrybucja i rozwieszanie plakatów i banerów; 3. napisanie artykułu do czasopisma; 4. udzielenie wywiadu w radio; 5. kontakt z biurem ds. mediów; 6. współprowadzenie seminarium; 7. napisanie podziękowań; 	<ul style="list-style-type: none"> – rozwieszane plakaty i banery; – opublikowany artykuł; – przeprowadzony wywiad w radio; – wręczone podziękowania;
Zespół opracowania merytoryki		
– ds. organizacji seminarium	<ol style="list-style-type: none"> 1. stworzenie listy prelegentów; 2. wysłanie zaproszeń; 3. ustalenie tematów wystąpień; 4. opracowanie scenariusza; 5. utrzymywanie kontaktu z prelegentami; 6. rezerwacja sali; 7. pozyskanie i organizacja poczęstunku; 	<ul style="list-style-type: none"> – 5 wygłoszonych prelekcji; – zarezerwowana sala; – 2 firmy bezpłatnie serwujące poczęstunek;
– ds. organizacji wystawy	<ol style="list-style-type: none"> 1. nawiązanie kontaktu z artystami; 2. utrzymywanie kontaktu z artystami; 3. nawiązanie współpracy ze Stowarzyszeniem „Pogromcy Bazgrołów”³⁶; 4. przygotowanie prac; 5. rezerwacja miejsc wystawienniczych; 6. instalacja prac na wystawę; 	<ul style="list-style-type: none"> – 12 wystawionych prac; – zarezerwowane miejsce wystawiennicze; – uczestnictwo w przedsięwzięciu towarzyszącym, tj. zamalowywaniu bazgrołów na budynku mieszkalnym;
– ds. organizacji koncertu	<ol style="list-style-type: none"> 1. stworzenie listy artystów; 2. wysłanie zaproszeń; 3. uzgodnienie szczegółów występów; 4. przygotowanie scenariusza; 5. utrzymywanie kontaktu z artystami i prowadzącymi; 6. rezerwacja sali; 7. organizacja obsługi technicznej; 8. pozyskanie i organizacja poczęstunku; 	<ul style="list-style-type: none"> – 5 występów artystycznych; – zarezerwowana sala; – zorganizowany poczęstunek;

Źródło: opracowanie własne.

36 Celem „Pogromców Bazgrołów” jest ograniczenie groźnego i szkodliwego zjawiska dewastowania przestrzeni publicznej poprzez wywołanie społecznej „mody” na odpowiedziałność za najbliższe otoczenie. Najważniejszym elementem akcji „Pogromców Bazgrołów”

Learning by doing z perspektywy pokolenia Z

Uzyskane, z przeprowadzonego badania, wyniki wydają się być jednoznaczne i wyraźnie wskazują kierunek kształcenia studentów zaliczanych do pokolenia Z, którzy przez kolejne lata będą odbiorcami akademickiej oferty. Poniżej zaprezentowane zostały wyniki badania ankietowego stanowiącego ewaluację projektu.

Badana grupa przedstawicieli pokolenia Z prawie jednogłośnie (94%) uznała, że kursy praktyczne stanowią dla nich ważny element w programie studiów, dzięki którym „można o wiele więcej się nauczyć i jest to nauka, którą pamięta się na wiele lat”, a to z uwagi na:

- istotność waloru praktycznego: „przez praktykę uczymy się też teorii, a odwrotnie to nie działa”; „to praktyka tak naprawdę uczy”; „wprowadzają praktyczne rzeczy, które w przyszłości przydadzą się w życiu”; „pokazują nam jak wygląda prawdziwe życie w praktyce”; „teoria nie zawsze działa w praktyce”; „to dobry sposób na szybką naukę i poznanie świata od strony organizacyjnej”; „uczę się rzeczy, które dostarczają wiedzę na tematy, które w teorii tego nie robią”,
- powiązanie z pracą zawodową: „przygotowują nas do pracy zawodowej”; „uczą nas czegoś co wykorzystamy w pracy”; „pozwalają na zapoznanie się z tym jak wygląda praca”; „zdobywamy cenne na rynku pracy doświadczenie”; „ukazują trudności, które mogą nas nauczyć tego co może nas spotkać w pracy”,
- zdobywanie doświadczenia: „doświadczenie jest dużo ważniejsze niż teoria”; „teoria, o której zapominamy tuż po wyjściu z sali nie mierzy się z praktyką dzięki której zdobywamy doświadczenie”; „uczą jak postępować”; „zdobywa się doświadczenie i umiejętności przydatne nie tylko studiując ale i w dorosłym, samodzielnym życiu”; „mogliśmy zobaczyć jak naprawdę wyglądają załatwienia”; „możemy zmierzyć się z problemami, których przy teorii nie bylibyśmy świadomi”; „przekładamy zdobytą wiedzę na działanie”,
- sprawdzenie swoich umiejętności: „dają prawdziwą wiedzę i umiejętności”; „sprawdzamy się i dowiadujemy w czym jesteśmy dobrzy”; „bez praktyki nie jest się w stanie sprawdzić swoich umiejętności, które są podstawą pracy zawodowej w większym stopniu niż wiedza teoretyczna”,
- naukę współpracy i pracy w grupie: „uczą nas pracy w grupie”; „pozwalają na to by zintegrować zespół”; „wprowadzają wiele innowacyjnych rozwiązań w przypadku integracji”,
- rozwój kompetencji miękkich: „uczą samodyscypliny i odpowiedzialności za swoje zadania”; „uczą samodzielnego myślenia”; „uczą reagować w trakcie nieprzewidzianych zmian”; „pomagają poznać swoje słabsze i mocniejsze strony”; „pozwalają uczyć się na błędach”; „pozwalają nauczyć się pracować w stresie”,
- inne: „mogą być pomocne przy wyborze drogi w życiu”; „ukazują trudności, które mogą nas spotkać w życiu”; „dają możliwość wychodzenia poza własną strefę komfortu”; „pozwalają coś z nas wyciągnąć”.

Zaledwie dwie osoby (6%) uznały kursy praktyczne za mało ważny element programu studiów, argumentując swój wybór następująco: „dla niektórych mogą być za trudne i niektórzy mają do tego ołowicy stosunek” oraz „zadania praktyczne

są organizowane pikniki sąsiedzkie, połączone z zamalowywaniem bazgrołów przez mieszkańców zaatakowanych sprejami budynków. „Pogromcy Bazgrołów” pokrywają „milczeniem farby” mowę nienawiści [www.pogromcybazgrolow.com].

są nudne i wymagają tylko kopiuj wklej”. Z pierwszą argumentacją można się jeszcze zgodzić, jednak druga może budzić poważne wątpliwości, co do zrozumienia samego pytania.

Aktywna metoda nauczania, jaką jest *learning by doing* spotkała się wśród badanych z ogromną aprobatą. Prawie cała grupa (97%) uznała, że uczenie się przez działanie to skuteczna metoda nauczania. Tylko jedna osoba (3%), stwierdziła że nie jest to dobra metoda z uwagi na fakt, iż „każda osoba ma inne tempo i sposób działania, przez co może czuć się gorzej na tle innych”. Być może chodzi tu o osobiste uwarunkowania, ograniczenia, które akurat posiadał respondent. Uznając metodę *learning by doing* za odpowiednią metodę nauczania na poziomie akademickim, badani uzasadniali swój wybór w zdecydowanej większości tym, że pozwala ona więcej się nauczyć „więcej się uczymy, gdy musimy sami coś zrobić, niż gdy tylko słyszymy o tym na wykładach/ czytamy w książkach”; w szybszy sposób „uczy się o wiele szybciej”; wiedza jest zapamiętywana lepiej, łatwiej i na dłużej „nauka zostaje z nami na dłużej niż coś czego się wyuczymy w teorii”, a także bardziej angażuje „człowiek dużo bardziej się do tego przykład”, „jest w stanie doprowadzić do większego zaangażowania studentów niż zajęcia teoretyczne”. Wyraźnie zauważalne jest powiązanie tej metody z własnym życiem „spotykamy się z różnymi problemami i uczymy się je rozwiązywać, co może być pomocne nam w dorosłym życiu” i rozwojem osobistym „w ten sposób można rozwijać się”, „rozwija to wyobraźnię”. Spora część badanych uznała taki rodzaj nauki za wyzwanie „jest wyzwaniem, które można zapamiętać na całe życie”. Ważne też okazało się być poczucie sprawczości „na własnych działaniach dowiadujemy się jaki ma to na nas wpływ i wiemy co zrobimy lepiej następnym razem w takich przypadkach”, „doświadczamy rozwiązań na żywo i związanych z nimi problemów, których teoria nie jest w stanie czasem przewidzieć” jak i osiągnięte rezultaty „dobrze jest działać i widzieć tego efekty”, „efekty pracy lub ich brak mają konsekwencje w czasie rzeczywistym”. Przytaczane były także analogiczne argumenty jak w przypadku kursów praktycznych:

- podkreślanie waloru praktycznego: „nie wszyscy lubią uczyć się z książek”; „zdobywa się wiedzę w praktyce”; „uczymy się ważnych rzeczy poprzez praktykę”; „nie są to puste słowa na kartce”,
- przygotowanie do pracy: „przygotowuje do pracy i podejmowania decyzji”,
- zdobywanie doświadczenia: „nabywa się doświadczeń, które później przydadzą nam się w życiu”,
- sprawdzanie swoich umiejętności: „pozwalają sprawdzić w 100% swoje umiejętności i możliwości” i „wyciągnąć wnioski z ewentualnych błędów”.

Na pytanie, czy w toku całych studiów badani chcieliby więcej kursów opartych o metodę *learning by doing*, aż 91% odpowiedziało twierdząco. Warto przytoczyć wybrane uzasadnienia takiego wyboru:

- mała liczba kursów praktycznych: „na studiach ZIiPC³⁷ jest zbyt mało kursów praktycznych, które to naprawdę mogą nam się przydać w przyszłości”; „jeden taki kurs na 3 lata nauki to zdecydowanie za mało, jest to nowoczesna metodologia, ale jak potwierdza cały świat – najlepiej działająca”,

37 Zarządzanie Informacją i Publikowanie Cyfrowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.

- zbyt dużo teorii: „teoria jest nudna i wystarczy jej minimum, bo w praktyce i tak większość idzie zupełnie inaczej”; „sama teoria nic nie wnosi, szybko się ją zapomina”; „jest za dużo teorii, która nie przedstawia komplikacji, pytania często pojawiają się dopiero kiedy mamy do rozwiązania problem”;
- możliwość rozwoju: „daje to ogromne możliwości rozwoju”; „daje to szanse na rozwinięcie się nie tylko pod kątem umiejętności, ale łatwego nawiązywania kontaktów z ludźmi”; „wiele się dzięki temu nauczyłam, jest to doświadczenie, które zapamiętam na całe życie”;
- poczucie sprawczości: „daje to możliwość faktycznego podejmowania działań, co jest przydatne w późniejszym życiu, w pracy”; „działam, coś robię, a nie przychodzę na zajęcia tylko po to, żeby wpisać się na listę obecności”; „dzięki takim zajęciom wiem, że coś zrobiłam, że potrafię coś zrobić i nie boję się o tym napisać w CV”; „nie czułabym się, że cofam się w swoich działaniach”.

Zaledwie 3 osoby (9%) nie chciałyby większej liczby kursów prowadzonych metodą uczenia się przez działanie argumentując swój wybór tym, że „jestem osobą, która nie lubi tego typu zajęć, są zbyt stresujące”; „nie lubię pracy w grupie i pod presją czasu”; „jeden duży projekt w ciągu studiów jest wystarczający”. Tak mały odsetek wskazuje jednoznacznie, że metoda *learning by doing* jest metodą atrakcyjną i cieszącą się uznaniem wśród badanych.

Dla studentów pokolenia Z zdecydowanie łatwiejsze jest uczenie się teorii w praktyce (88%) niż przyswajanie teorii metodą tradycyjną, podawczą (12%). Udzielone odpowiedzi pozwalają na wyodrębnienie grup argumentów, które przedstawili badani uzasadniając swój wybór, że łatwiejsze dla nich jest uczenie się metodą *learning by doing*, ponieważ:

- szybciej, lepiej i łatwiej zapamiętują: „bardziej zapamiętujemy dane sytuacje, niż poprzez czytany tekst”; „samą teorię w teorii się zapomina, a coś co się robi nigdy”; „łatwiej się zapamiętuje rzeczy, gdy czujemy na sobie odpowiedzialność i że jeżeli coś nie wyjdzie to z naszej niewiedzy”;
- łatwiej przyswajają i rozumieją wiedzę: „ta wiedza przychodzi łatwiej w drodze działania i dopytywania, teoria szybko wylatuje z głowy”; „jeśli coś teoretyczne jest niezrozumiałe, to w praktyce najczęściej się wyjaśnia”; „łatwiej ją zrozumieć”;
- szybciej nabywają doświadczenie: „od razu można nabyć doświadczenie”; „jest to ciekawsze i nie trzeba się uczyć bo doświadczenie zostanie zawsze w głowie”;
- wiedzą gdzie zastosować teorię: „nie dość, że uczymy się teorii, to jeszcze uczymy się tę teorię wykorzystywać w praktyce”; „wiemy gdzie zastosować naszą naukę w podobnych sytuacjach”;
- cenią kontakt z rzeczywistością: „to zawsze pokazuje realny взгляд”; „można się przekonać, jak bardzo różne jest to co mówi teoria, a to jak wygląda praktyka”; „dowiadujemy się o problemach, które nie wyszłyby przy nauce teoretycznej”; „weryfikujemy od razu dane z książek”; „w źródłach teoretycznych zwykle dane zagadnienia są ujmowane tak jak to powinno być, a nie tak jak jest w rzeczywistości”.

Zaledwie 12% badanych stwierdziło, że woli tradycyjne metody podawcze, ponieważ: „nie trzeba się wysilać na robienie czegoś nowego, wychodzenie ze swojej strefy komfortu, robi się po prostu to, co na wszystkich innych zajęciach”; „do tego

byłam przystosowana w szkole”; „jestem osobą, która woli suchą teorię”; „popętniane błędy nie mają konsekwencji”.

Prawie cała grupa biorąca udział w eksperymencie (94%) jednomyślnie zadeklarowała, że realizacja projektu „UPoluj kulturę!”, była dla nich interesującą formą nauki, dzięki której była możliwość nauczenia się wielu nowych rzeczy m. in.: pracy w grupie, zarządzania informacją, sprawdzenia się w wielu sytuacjach jak i zobaczenia, jak w rzeczywistości wygląda organizacja wydarzenia. Badani w swoich wypowiedziach zwracali uwagę i podkreślali nowatorskie podejście do prowadzenia kursu akademickiego za sprawą zastosowania metody *learning by doing*: „pierwszy raz spotkałam się z taką formą nauki”; „to zupełna nowość podczas wszystkich lat mojej edukacji, mogłam na serio postawić się w roli organizatorki przedsięwzięcia”; „byliśmy pierwszymi, którzy się podjęli, mam nadzieję, że uczelnia się otworzy na działanie”; „pierwszy raz miałam do czynienia z realizacją tak dużego przedsięwzięcia i bardzo mi się podobało”; „było to coś nowego, czego nie udało mi się doświadczyć wcześniej”; „mogłam zobaczyć zupełnie inną perspektywę studiowania”. Zaledwie dwie osoby (6%) odniosły się krytycznie: „pracując grupowo poszczególne osoby mogły się wycofać”; „dla mnie zajęcia praktyczne są straszną stratą czasu, nie nauczyło mnie to absolutnie nic, oprócz dążenia do coraz częstszego unikania ludzi”.

Taki sam odsetek osób (94%) nie chciałby, aby kurs „Animacja życia kulturalnego” realizowany był metodą tradycyjną, ponieważ „sposób nie tradycyjny jest o wiele bardziej ciekawszy, bo uczy pewnych umiejętności”, „nudziłibyśmy się jak na każdym innym wykładzie”, „teoria tego przedmiotu byłaby na zasadzie odbębnić i pójść, a praktyka jednak mobilizowała do pracy”; „wtedy wiele rzeczy, których doświadczyliśmy nie miałyby miejsca”; „odbywa się tak większość zajęć i z nich nie jesteśmy w stanie wiele wynieść”; „nie zostałyby potraktowane poważnie przez studentów i stałyby się kolejnym zapychaczem”. Wśród wypowiedzi znalazły się i takie argumentacje: „w czasie trwania przygotowań sądziłam, że chciałabym jednak teorię, lecz po wydarzeniu myślę, że to był fajny projekt”; „nie mogąc animować życia kulturalnego czyli włączając się do niego niczego bym się nie nauczyła”; „teoria da nam tylko pistolet, podczas gdy praktyka nauczy nas również z tego pistoletu strzelać”. Zaledwie dwie osoby (6%) wołałyby kurs teoretyczny: „w przypadku tej tematyki”; „nie zostalibyśmy rzućni na głęboką wodę”.

Również przydatność kursu realizowanego metodą *learning by doing* w formie projektu oceniona została bardzo wysoko. Ponad 90% badanych uznało kurs za bardzo przydatny (58%) i przydatny (36%); zaledwie 6% za średnio i mało przydatny (po 3%).

Chęć wzięcia udziału w realizacji podobnego wydarzenia zadeklarowało 91% badanych. Zaledwie 3 osoby (9%) nie wyraziły takiej woli argumentując, iż: „jestem osobą aspołeczną i takie wydarzenia mnie męczą”; „jestem osobą aspołeczną nie lubiącą współpracować”; „kosztowało mnie to zbyt dużo nerwów”. Osoby, które chciałyby powtórnie wziąć udział w podobnym wydarzeniu uzasadniały swoją chęć głównie czterema najczęściej wymienianymi korzyściami jakie uzyskały z wzięcia udziału w projekcie:

- wiedza: „dużo mnie to nauczyło i pokazało własne możliwości, których nie byłam świadoma”; „bardzo dużo się nauczyłam i chciałabym spróbować swoich sił na innym stanowisku”; „jest to możliwość, aby się dużo nauczyć”,

- doświadczenie: „to możliwość nowych doświadczeń; było ciężko, ale daje to dużo”; „uzyskałabym kolejne przydatne doświadczenie”; „jest to dobra droga do zdobywania doświadczenia”; „chciałabym wykorzystać zdobyte już doświadczenie”;
- atrakcyjność: „było to ciekawe i rozwijające zadanie”; „to bardzo ciekawe i uczące wydarzenie”; „było to ciekawe przedsięwzięcie i wiele się nauczyłam”; „takie wydarzenia zawsze mają potencjał”;
- satysfakcja: „organizacja takiego wydarzenia sprawiła mi satysfakcję”; „satysfakcjonuje mnie taka praca”; „satysfakcja z wyników bezcenna”.

Warto przytoczyć w tym miejscu jeszcze kilka nie mniej ważnych uzasadnień: „teraz samo podejście do sprawy byłoby inne”; „mógłbym wyciągnąć wnioski z obecnych błędów i wykonać zadanie lepiej”; „zadanie bardzo mnie cieszyło i chętnie wykonałabym to po raz drugi”.

Na pytanie, czy badani chciałby w przyszłości zostać koordynatorem zespołu projektowego, ponad połowa (67%) odpowiedziała przecząco podając w uzasadnieniu, że jest to psychicznie trudna praca, obciążona zbyt dużą odpowiedzialnością, do której potrzeba dużo cierpliwości do ludzi, której nie posiada i w związku z tym nie czułaby się w tej roli komfortowo. Ponad połowa zadeklarowała (58%) że nie posiada cech lidera grupy, a 67% że woli pracować indywidualnie a nie w zespole.

Po nabyciu doświadczenia pracy w zespole projektowym przy realizacji projektu „UPoluj kulturę!” prawie wszyscy badani uczestnicy (94%) uznali, że praca w zespole projektowym jest trudna, a to m. in. z powodów takich jak: „trzeba nie myśleć tylko o sobie”; „trzeba się liczyć ze zdaniem innych”; „trzeba się słuchać nawzajem”; „trzeba pracować z ludźmi innymi niż my, przez co występują konflikty”; „trzeba chcieć się dogadać”; „każdy ma swoje preferencje i zdanie, a trzeba znaleźć kompromis”; „potrzeba zgrania, dyscypliny i cierpliwości”.

W zdecydowanej większości uczestnicy eksperymentu ocenili wkład swojej pracy w stosunku do pracy całego zespołu jako duży (43%) i bardzo duży (30%); jako średni – 21%, a tylko 6% jako mały. Z kolei swoje zaangażowanie w pracę zespołu projektowego ocenili jeszcze wyżej – jako bardzo duże (46%) i duże (30%); jako średnie 18% i zaledwie po 3% małe i bardzo małe.

Jak wynika z przeprowadzonych badań, największe zadowolenie sprawił respondentom finał projektu, czyli dzień wydarzenia ponieważ „na własne oczy widziałam, że udało się zrealizować cel i wszelkie działania moje i moich kolegów nie poszły na marne”; „wszyscy się zintegrowali”; „mogłam zobaczyć efekt pracy swojej grupy”; „miałam poczucie, że pracując razem w grupie robimy coś większego”; „było ekscytujące, że stworzyliśmy coś od zera”; „ujrzeliśmy owoc swojej pracy”; „mimo wszystko daliśmy radę”; „udało nam się osiągnąć cel”; „widoczne było zadowolenie całej grupy projektowej”.

Uczestnicy niezwykle wysoko ocenili swoje poczucie satysfakcji z wykonanej przez siebie pracy na potrzeby realizacji projektu „UPoluj kulturę!”: jako bardzo duże (34%), duże (30%) i ogromne (18%); jako średnie (12%). Tylko dwie osoby (6%) zadeklarowały brak satysfakcji z wykonanej przez siebie pracy na poczet prac projektowych.

Podsumowaniem, jak się finalnie okazało, bardzo udanego eksperymentu będą wypowiedzi osób bezpośrednio w nim uczestniczących, bowiem żadne inne słowa nie będą bardziej wiarygodne i prawdziwe niż właśnie one:

- „Po trzech latach studiów w końcu zrobiliśmy na zajęciach coś co w 100% było praktyką. Turbo mi się podobało, chociaż roboty było sporo. Najlepsze zajęcia jakie były na licencjacie”,
- „To jeden z najlepszych przedmiotów jakie mieliśmy. Zajęcia ciekawe, prowadzone w niespotykany sposób. Dużo praktyki co zaplusuje w przyszłości. Oby więcej takich zajęć!”,
- „Uważam, że taka forma zaliczenia jest świetnym pomysłem i można dużo nauczyć się praktycznie oraz jest to ciekawe doświadczenie”,
- „Satysfakcja z wykonanego projektu bezcenna. Warto było przychodzić i się angażować w takie zajęcia”,
- „Prawie przez większość zajęć uważałam, że to są najgorsze zajęcia, ale teraz uważam, że dużo się dzięki nim nauczyłam i mam poczucie satysfakcji”,
- „Podobały mi się te zajęcia. W zasadzie to były mega dające popalić, ale w dobrym sensie. Podczas moich 3 lat nauki nigdy nie nauczyłam się bardziej praktycznych rzeczy. To były zupełnie inne zajęcia od wszystkich i mogę śmiało powiedzieć, że w końcu zdobyłam doświadczenie”,
- „Wiele się nauczyliśmy, a no i z pewnością były to najciekawsze zajęcia z całego okresu studiów”,
- „Jest co wspominać. Nareszcie praktyka i integracja, której brakowało 3 lata”,
- „Dziękuję za zmuszenie nas do tego typu zajęć”,
- „Dziękujemy za trudne, ale w końcu praktyczne zajęcia, które przełożą się na dalsze życie”.

Pokolenie Z z perspektywy kierownika projektu

Obserwacja uczestnicząca prowadzona w czasie realizacji projektu „UPoluj kulturę!” z perspektywy kierownika projektu pozwoliła na wyodrębnienie pewnych dominujących cech występujących u przedstawicieli pokolenia Z. Zaprezentowana poniżej charakterystyka ma charakter ogólny, a to z uwagi na specyfikę zastosowanej metody badawczej. Stworzona charakterystyka może stanowić punkt wyjścia do dalszych, pogłębionych badań w tym obszarze. Pokolenie Z scharakteryzować można w następujący sposób:

- ZAGUBIENI PRAGMATYCY: poszukują narzędzi do radzenia sobie w „prawdziwym życiu”; bardzo ważne są dla nich praktyczne umiejętności i zdobywanie doświadczenia, które będą mogli wykorzystać w przyszłości; odczuwają lęk przed „prawdziwym życiem”, stąd mają bardzo wysokie wymagania co do tego, aby pomóc im zdobyć takie praktyczne umiejętności, które pomogą im w radzeniu sobie w przyszłości; „prawdziwe życie” to dla nich ich życie osobiste oraz praca zawodowa i tylko ono stanowi dla nich wartość; okres studiów jak i ściśle związany z nim proces nabywania wiedzy (często teoretycznej) nie jest zaliczany do „prawdziwego życia”, stąd często nie traktują go poważnie; wiedza nie stanowi dla nich wartości samej w sobie ponieważ, w ich przekonaniu, jest bezużyteczna, bowiem nauka dla nich musi posiadać walor praktyczny (musi dać się ją zastosować i wykorzystać w praktyce) i tylko wówczas uznawana jest za przydatną i wartą tego, by się nią zainteresować,

- ZNIECIERPLIWIENI: wykazują duży stopień zniecierpliwienia; chcą szybko i łatwo uczyć się, tzn. nabywać umiejętności praktyczne i zdobywać doświadczenie, które będą mogli zastosować w „prawdziwym życiu”; bezwysiłkowo chcieliby nauczyć się dużo i w łatwy sposób wiele zapamiętać, po to aby móc skorzystać z przyswojonych zasobów w analogicznej sytuacji, która może przydarzyć się im w przyszłości; oczekują również natychmiastowych i spektakularnych rezultatów swoich działań, osiągniętych w sposób bezwysiłkowy,
- enterSIECIOWCY³⁸: nie wyobrażają sobie życia bez smartfonów i ciągłego bycia on-line; jednak ich aktywność w sieci w głównej mierze dotyczy obszaru szeroko pojmowanej rozrywki (rozmowy ze znajomymi, informacje bieżące często przypadkowe, social media na poziomie ciekawostek, zakupy, muzyka, filmy, gry i zabawy); nie traktują sieci w sposób poważny, jako potencjalnego źródła również i wartościowych zasobów i treści często przydatnych zarówno w życiu zawodowym jak i osobistym, czyli w ich rozumieniu w „prawdziwym życiu”; nie korzystają z pełni możliwości (wykorzystanie do nauki, pracy) jakie daje Internet ponieważ tego nie potrafią a i nie podejmują wysiłku aby się tego nauczyć; stała obecność w sieci nie przekłada się również bardzo często na znajomość jak i właściwe stosowanie netykiety,
- quasi-INDYWIDUALIŚCI: cechuje ich wewnętrzna sprzeczność – z jednej strony posiadają duże poczucie własnej wartości, z drugiej natomiast często brakuje im wiary w siebie i we własne możliwości; z jednej strony wolą pracować indywidualnie, z drugiej – są bardzo mało samodzielni i niechętnie biorą odpowiedzialność za swoje działania; ich bycie w sieci i niemal stałe pozostawanie w kontakcie ze znajomymi nie przekłada się na umiejętność komunikowania się i utrzymywania relacji z ludźmi w realnym świecie z czym mają poważny problem, zwłaszcza w konfrontacji z osobami różniącymi się od nich samych; a co za tym idzie – ogromną trudność sprawia im praca w zespole, choć w rezultacie cieszy i przynosi dużą satysfakcję,
- WYGODNI: wyraźnie oddzielają „czas prywatny” od tzw. „czasu pracy” jakby znajdowali się już w „prawdziwym życiu”, a co za tym idzie bardzo niechętnie poświęcają swój „czas prywatny” na wykonywanie działań z nim nie związanych; co ciekawe studiowanie uznają za pracę i niechętnie przeznaczają na nie swój „czas prywatny”, czyli czas spędzony poza uczelnią, każdego dnia od godzin popołudniowych, w weekendy oraz święta, co może wydawać się zaskakujące bowiem studiowanie ściśle wiąże się przecież z samorozwojem, ale tego jakby nie dostrzegają; preferują pracę przyjemną, bez stresu, w rozmyślnie dobranym gronie osób; nie lubią się zbyt angażować, nadwyręzać, wychodzić z własnej strefy komfortu; cenią sobie dobre samopoczucie, spokój i bezpieczeństwo, chociaż często w opozycji do tego pragną „sprawdzać siebie i swoje umiejętności” oraz poszukują „wyzwań” i „ciekawych doświadczeń”; często odbierane są jako osoby bierne, znudzone i szybko wycofujące się z podjętych wcześniej decyzji, jakoby same nie wiedziały czego chcą,
- NAJEMNI PRZEDSIĘBIORCY: deklarują chęć prowadzenia własnej działalności gospodarczej przy jednoczesnym przejawianiu niskiego poziomu

38 Od ang. *entertainment* – rozrywka.

przedsiębiorczości osobistej³⁹ obejmującej m. in.: inicjatywność, ambicję, samodzielność, otwartość, komunikatywność, samodyscyplinę, poczucie sprawczości, aktywność, zaangażowanie, odpowiedzialność, wytrwałość, determinację w osiąganiu celów; duży poziom subiektywnego poczucia indywidualizmu nie przeszkadza czekać na ewentualnie pojawiające się szanse i korzystać z nich z dystansem; preferują jasne komunikaty i dyrektywy postępowania; nie posiadają motywacji wewnętrznej, a motywacja zewnętrzna nie motywuje ich do działania.

Obraz pokolenia Z, jaki wyłonił się z przeprowadzonych badań, niewątpliwie ukazuje jego złożoność i niejednoznaczność. Warto wziąć pod rozwagę cechy charakteryzujące pokolenie, które przez najbliższych kilka lat będzie uczestnikiem procesu dydaktycznego w uczelniach wyższych i spróbować dostosować metody nauczania do jego potencjału i możliwości. Elastyczne podejście i próba dostosowania się do „nowego odbiorcy” często przynosi lepsze rezultaty, niż trzymanie się dawnych wzorców. Zaprezentowany powyżej obraz przedstawicieli pokolenia Z to jedynie szkic, noszący znamiona subiektywności, z uwagi na zastosowaną metodę badawczą, który z pewnością wymaga dalszych, pogłębionych badań w tym zakresie.

Zakończenie

Przeprowadzony eksperyment w formie realizacji projektu „UPoluj kulturę!” przez osoby należące do pokolenia Z był obarczony, zdaniem autorki, pewnymi ograniczeniami. Po pierwsze, liczba uzyskanych odpowiedzi uniemożliwiła odniesienie wyników jako reprezentatywnych dla całego pokolenia Z, po drugie – metoda obserwacji mimo dołożonych starań zobiektywizowania, może nosić znamiona subiektywności. Eksperyment potwierdził jednak postawioną hipotezę, że aktywne metody nauczania w większym stopniu są dopasowane do potrzeb edukacyjnych pokolenia Z niż metody tradycyjne. Przyniósł również odpowiedzi na postawione pytania badawcze, m. in. że kursy praktyczne stanowią bardzo ważny element w programie studiów dla studentów pokolenia Z, a *learning by doing* jest interesującą dla nich metodą dydaktyczną i w toku studiów powinna znaleźć się większa liczba kursów oparta o uczenie się przez działanie. Z kolei z prowadzonej w czasie eksperymentu obserwacji wyłonił się obraz pokolenia Z, z charakterystycznymi dla niego cechami takimi jak.: nasilony pragmatyzm, zniecierpliwienie, poczucie komfortu, potrzeba ciągłego bycia w sieci, specyficzne poczucie indywidualizmu i rozumienie przedsiębiorczości, które w znacznej mierze zbieżne są z wcześniej prowadzonymi badaniami w tym zakresie.

D. A. Schön postulował istnienie refleksyjnego praktyka, który gładko przechodzi od działania do refleksji i z powrotem⁴⁰. Warto zatem przyjrzeć się ze szczególną

39 Więcej o przedsiębiorczości osobistej w: H. Bieniok, *Powszechna edukacja w zakresie przedsiębiorczości osobistej*, „Horyzonty Wychowania” 2018, nr 17(42), s. 183–194; H. Bieniok, *Istota przedsiębiorczości osobistej w kontekście zarządzania samym sobą*, „Przedsiębiorczość Międzynarodowa” 2016, vol. 2, nr 1, s. 65–82; H. Bieniok, K. Hoffman, *Kluczowe Zasady zarządzania własnym sukcesem osobistym i zawodowym*, [w:] *Menedżer w gospodarce opartej na wiedzy*, red. T. Listwan, S. A. Witkowski, Wrocław 2010, s. 67–79.

40 D. A. Schön, za B. Czarniawska, *Trochę inna teoria organizacji. Organizowanie jako konstrukcja sieci działań*, Warszawa 2010, s. 146.

wnikliwością i uwagą nowemu pokoleniu, które wchodzi do szkół wyższych i przez najbliższe lata będzie odbiorcą oferty edukacyjnej, w tym dydaktycznej i dokonać rewizji dotychczasowych metod nauczania. Wydaje się, że specyficzne cechy pokolenia Z, a także bardzo dynamicznie zmieniające się otoczenie, zwłaszcza informacyjne i technologiczne, wymaga innego niż dotychczas podejścia do procesu dydaktycznego. Przeniesienie punktu ciężkości z metod podawczych na aktywne wydaje się być nieuniknione, a elastyczne podejście w tym zakresie staje się zarówno potrzebą, jak i koniecznością.

Bibliografia

- Bieniok H., *Powszechna edukacja w zakresie przedsiębiorczości osobistej*, „Horyzonty Wychowania” 2018, nr 17(42).
- Bieniok H., *Istota przedsiębiorczości osobistej w kontekście zarządzania samym sobą*, „Przedsiębiorczość Międzynarodowa” 2016, vol. 2, nr 1.
- Bieniok H., Hoffman K., *Kluczowe Zasady zarządzania własnym sukcesem osobistym i zawodowym*, [w:] *Menedżer w gospodarce opartej na wiedzy*, red. T. Listwan, S. A. Witkowski, Wrocław 2010.
- Borgnakke K., *Uczenie się poprzez praktykę – badania etnograficzne i analiza polemik na temat „uczenia się poprzez działanie”*, „Innowacje w Edukacji Akademickiej” 2004, 1(4).
- Czarniawska B., *Trochę inna teoria organizacji. Organizowanie jako konstrukcja sieci działań*, Warszawa 2010.
- Czechowski J., *Wartość pracy i działania w procesach uczenia się*, Kraków 2010.
- Czerska I., *Pokolenie head down jako konsekwencja smatrfonizacji społeczeństwa*, [w:] *Badania marketingowe – zmiany w metodologii i technikach badawczych*, Wrocław 2016.
- Fatyga B., *Słownik teorii żywej kultury*, Warszawa 2013.
- Goban-Klas T., *Komunikowanie i media*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000.
- Gwarek A., Samitowska W., Smoguła M., *Zderzenie pokoleń a rynek pracy*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 840 Ekonomiczne Problemy usług” 2014, nr 114.
- Hamilton Ch., *Skuteczna komunikacja w biznesie*, Warszawa 2011.
- Hysa B., *Zarządzanie różnorodnością pokoleniową*, „Organizacja i Zarządzanie” 2016, z. 97, nr kol. 1964.
- Jabłońska M. R., Billewicz K., *Pokolenie przełomu w WEB 2.0*, „Acta Universitatis Lodziensis, Folia Sociologica” 2016, 56.
- Kazimierska I., Lachowicz I., Piotrowska L. (a), *Metod action learning*, Publikacja powstała w ramach programu System doskonalenia oparty na ogólnodostępnym kompleksowym wspomaganie szkół realizowanego przez Ośrodek Rozwoju Edukacji – projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego, Warszawa 2014.
- Kazimierska I., Lachowicz I., Piotrowska L. (b), *Uczenie się dorosłych – cykl Kolba, Wsparcie Sore*, Materiał przygotowany w ramach programu System doskonalenia nauczycieli oparty na ogólnodostępnym kompleksowym wspomaganie szkół, realizowanego przez Ośrodek Rozwoju Edukacji. Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego, Ośrodek Rozwoju Edukacji, Warszawa 2014.

- Król M. B., *Skuteczne zarządzanie projektami a kompetencje interpersonalne*, Warszawa 2017.
- Król M. B., *Metoda learning by doing, czyli uczenie się w praktyce*, Raport z badań własnych, Kraków 2019.
- Materiał szkoleniowy ze szkolenia „*Learning-by-doing, czyli aktywne metody nauczania*” zorganizowanego przez Centrum Doskonalenia Kompetencji Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie realizowanego w ramach projektu „Uczelnia najwyższej jakości – UP to the TOP” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego w marcu 2019 r.
- Reszko M., *Pokolenie X, Y, Z Nowe znaczenie skutecznego przywództwa*, Gdańsk 2015.
- Stoner J., Freeman R., Gilbert D., *Kierowanie*, Warszawa 1998.
- Surma A., Szopiński T., *Pomysł – Pieniądze – Przedsiębiorstwo*, Warszawa 2017.
- Szymański M. S., *O metodzie projektów*, Warszawa 2000.
- Wasylewicz M., *Transformacja sposobu komunikowania się pokolenia X, Y, Z – bilans zysków i strat*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Pedagogika”, 2016.
- Wiktorowicz J., Warwas I., *Pokolenia na rynku pracy*, [w:] *Pokolenia – co się zmienia? Kompendium zarządzania multigeneracyjnego*, J. Wiktorowicz, I. Warwas, M. Kuba, E. Staszewska, P. Woszczyk, A. Stankiewicz, J. Kliombka-Jarzyna, Warszawa 2016.
- Wojciechowska M., Kamińska J., Żołędowska-Król B., *Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwie*, Warszawa 2019.
- Wright T. P., *Factors affecting the cost of airplanes*, „Journal of Aeronautical Sciences” 1936, 3(4).
- Zajac B., *Metoda projektów jako strategia postępowania dydaktycznego na wyższej uczelni. O efektach kształcenia i metodzie projektów*, „Studia Edukacyjne” 2015 nr 34.

Źródła elektroniczne

- www.inoi.up.krakow.pl [7.08.2019]
- www.slownik-wyrazowobcych.eu [7.08.2019]
- www.sjp.pwn.pl [7.08.2019]
- www.humanityinaction.org [8.08.2019]
- www.polakpotrafi.pl [8.08.2019]
- www.pogromcybazgrolow.com [8.08.2019]
- www.projekty.up.krakow.pl [8.08.2019]

Learning by doing and Generation Z on the example of the implementation of the project „UPoluj kulturę!”

Abstract

The article addresses the issue of academic education of the Generation Z, which will be the recipient of the educational offer of universities in the coming years. It presents the results of own research, which attempted to find the answer to the question – are active teaching methods more suited to the educational needs of the Generation Z than traditional methods? The specific features of the Generation Z as well as the dynamically changing environment, especially information and technology, requires a different approach to the teaching

Learning by doing a pokolenie Z na przykładzie realizacji projektu „UPoluj kulturę!” [327]

process. Shifting the focus from feeding methods to active ones seems to be inevitable, and a flexible approach in this area becomes both a need and a necessity.

Keywords: learning by doing; higher education didactics; Generation Z; project based learning, project management