

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Pokolenie Google

Barbara Przywara

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania
z siedzibą w Rzeszowie

5 grudnia 2013 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

Złe czy dobre?

- Telefon komórkowy
- Telewizja
- Internet



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

Dzisiejszy świat jest inny

- Technologia
- Zmiany społeczne i instytucjonalne
- Demografia
- Kultura i środowisko

„Nikt nie wie wszystkiego, każdy wie coś”
Pierre Levy

Nieco faktów na początek

- Na świecie z Internetu korzysta blisko **2,5 mld osób** (800 mln ma konto na FB)
 - 56% Polaków; z czego największą grupę stanowią najmłodsi (ponad 8 mln na FB)
- Średnio 12 godzin tygodniowo w sieci (młodzi Polacy – 16 h)
- wg badań „[EU Kids Online](#)”, 92% dzieci (w skali Europy) korzysta z Internetu przynajmniej raz na tydzień, **57%- zagląda do sieci prawie codziennie.**
- Młodzi są aktywniejsi w sieci – DLACZEGO?

Dwie perspektywy

- Osoby zaczynające korzystać z Internetu w wieku dojrzałym
- Osoby korzystające z Internetu „od zawsze”, czyli tzw. e-generacja, dzieci neostrady, pokolenie ipodów



Punkt odniesienia: świat realny



Punkt odniesienia: świat wirtualny

Internet i telewizja a rozwój dziecka

- Multiplikacja osobowości i związki z mikrofalówki (Kenneth J. Gergen)
- media tworzące konsumenta
- Koncepcja „zaniku dzieciństwa”



Dlaczego media i gry są dla dzieci tak atrakcyjne?

- Telewizja/komputer:
 - zawsze ma czas, jest gotowy do podjęcia gry, zabawy, nie męczy się i nie odmawia
 - pozwala wracać do ulubionych miejsc, bohaterów, akcji
 - nie karze za błędy okazywaniem złości czy rozczarowania
 - wprowadza do „idealnego świata”, w którym można realizować marzenia
 - daje poczucie władzy, mocy, bycia kimś wyjątkowym, dokonywania niezwykłych czynów, odgrywania różnych ról
 - stwarza możliwość rozładowania emocji, także negatywnych, bez ponoszenia przykrych konsekwencji
 - daje możliwość zaspokojenia potrzeb psychospołecznych – samorealizacji, uznania, przynależności do grupy, kontaktów z innymi osobami

Media dydaktyczne?

- Liczydła w Hong Kongu
- Tak, ale.....
 - dzieci do lat 3 nie powinny w ogóle oglądać telewizji
 - dzieci w wieku 3-4 lata mogą oglądać krótkie, 30 minutowe programy dla nich przeznaczone
 - 5-9 latki do 45 minut dziennie
 - 9-14 latki mogą przed telewizorem spędzić 4-5 godzin tygodniowo.

Przede wszystkim: SELEKCJA

Od *Baby Boomers* do Dzieci Neostrady

- „Generacja X” (1965- 1979)
- *Baby Boomers* (ur. 1946-1964)
- „Generacja NIC”
- „Generacja Transformacji” (ur. po 1990)
- „Pokolenie JP II”
- Pokolenia „medialne”: e-generacja, Pokolenie Y, Pokolenie Milenijne (*Millennium Kids, Millennium Generation*), *Net Generation, Gen Netters, Echo Boomers, Video Kids*, Pokolenie SMS-ów, Dzieci noestrady

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

Pokolenie Internetu – CQWQ (*Can't queue, won't queue*)

- niecierpliwość
- wzbogacenie informacyjne
- brak lęku przed Siecią

- *Pokolenia wychowane na mediach wizualnych mają inną strukturę percepcji... mają skrócony zakres skupienia uwagi, co ma poważne konsekwencje w procesie edukacyjnym: 45 minut dla ucznia to w większości czas stracony*
(K. Krzysztofek, *Okno na e-świat*, [w] *Wielka sieć. E-seje z socjologii Internetu*, Kurczewski J. (red) Warszawa 2006)

EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIECY.PL

Pokolenie Y

- Młodzi, ambitni, zbuntowani
- Mają odmienny stosunek do dóbr materialnych –o ich jakości życia decyduje bycie, a nie posiadanie,

Pokolenie Y

Mocne strony

- znajomość nowych technologii
- zadaniowe podejście do pracy
- duża elastyczność do życia w globalnych organizacjach,
- duża otwartość na zmiany i różnice kulturowe
- chętnie pracują w zespołach, tworzą społeczności,
- Potrafią w tym samym czasie wykonywać wiele czynności,
- Duże znaczenie ma dla nich reputacja firmy i dobra atmosfera

Słabe strony

- Niechęć do podporządkowania się regułom,
- skłonność do ryzyka,
- Problemy z przyjmowaniem krytyki,
- Mniejsza skłonność do lojalności
- Mają nierealne oczekiwania,
- Nie wiedzą co znaczy wykonywać zadania odpowiedzialnie,
- Nie potrafią czekać
- Własny komfort i wygoda zamiast poświęcania się dla pracodawcy

Pokolenie GOOGLE

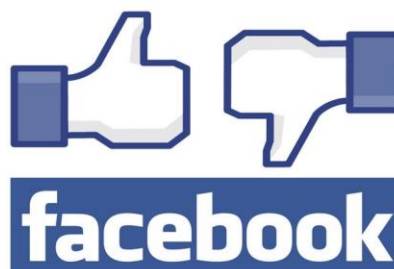
- urodzeni po 1993 roku, czyli mają 20 lat i mniej
- doskonale radzą sobie z technologią,
- słabo wyszukują informację w sieci,
- mają niski krytycyzm wobec informacji w sieci,
- nie potrafią wpisywać informacji w wyszukiwarce,
- wyszukiwarka dla 89% jest pierwszym, a czasem jedynym źródłem wiedzy
- brak dowodów na to, że młodzi ludzie lepiej radzą sobie z wieloma źródłami równocześnie,
- standardowe czytanie tekstów trwa nie więcej niż 5-8 minut,
- użytkownicy nie czytają, tylko skanują, szybko przeglądając treść i abstrakty,

Pokolenie GOOGLE

- Młodzi ludzie preferują systemy interaktywne,
- Telewizja i prasa są w odwrocie,
- Znikają autorytety, nie ma miejsca dla ekspertów
- Wiedza jest pozyskiwana na zasadzie 'każdy z każdym',
- Lubią kopiować – „pokolenie kopiuj-wklej”
- Wolą informację wizualną niż tekst, ale tekst wciąż pozostaje istotny.
- Zajmują się wieloma czynnościami jednocześnie.

Pokolenie GOOGLE

- Otwartość, świadome kreowanie wizerunku, aktywność towarzyska (wirtualna)
- Mogę wykreować kogo chcę,
- Łatwiej zwierzać mi się innym,



Skutki

- Osoby, które mają za sobą spędzonych 20 tys. godzin w Internecie i 10 tys. godzin poświęconych grom video:
 - zauważają więcej szczegółów i szybciej przetwarzają informacje wizualne niż inni
 - Gry komputerowe poprawiają refleks, koordynację oko-ręka i zwiększają widzenie peryferyjne,
 - wyrabiają pracę zespołową, interakcje,
 - Zmuszają do określania priorytetów i szybkich decyzji,
 - Gracze muszą mieć podzielność uwagi, zdolności przestrzenne i analityczne,

Podejście do nauki

Wcześniejsze generacje:

- ***Ja ciężko się uczyłem za młodu-Ty też możesz***

Pokolenie Y, pokolenie Google

- ***Nauka to wieczny proces -najważniejsze aby była przyjemna***

Dlaczego?

Bo jest to **pokolenie patrzące na świat okienkowo, tak jak na ekran. Uczeń siedzi przed komputerem i co dwie, trzy minuty coś go od niego odrywa. Jak wynika z badań amerykańskich i kanadyjskich, może skupić się na jednym zadaniu najwyżej 10-11 minut.**

Jak pomagać?

- Używając wielu połączonych metod nauki
- Za pomocą wielu bodźców -nie tylko w oparciu o zapamiętywanie, ale co dla Pokolenia Google istotne - również w oparciu o rzeczywiste zadania
- Multi-medialnie -audio, video, animacje, ruch
- Poprzez trudne, ale konkretne wyzwania
- Niech rozwój będzie zabawny, wciągający i interaktywny
- A może warto udać się tam gdzie najczęściej przebywają?

- **Poznać ich „narzędzia"**
- **Sposób komunikacji**
- **Zobaczyć w jaki sposób zdobywają wiedzę**