

Zdążymy?

Psychodydaktyczne modele kształcenia mają godzić to, co dorośli uznali za dobre i wartościowe, z tym, co otacza młodych ludzi, wpływa na ich potrzeby, systemy wartości i zachowania. Stwierdzenie *Nastolatki patrzą na świat inaczej*¹ nie jest dla nas niczym nowym. Do różnic jesteśmy przyzwyczajeni, różnicom poświęcamy najwięcej czasu, pisząc plany lekcji, a w nich nazwy czynności umysłowych, celowanych w potrzeby uczniów. Wśród cenionych potrzeb znajduje się kreatywność. Przypisywana jest: rozwiązywaniu problemów, dyskusjom, inscenizacji, dramie, burzom mózgow i skojarzeń.

Tymczasem, według organizatorów VidCon 2015, *Pokolenie millenialsów chodzi swoimi drogami: ogląda mniej telewizji niż rodzice czy dziadkowie, komunikuje się przez „swoje” aplikacje, samo wybiera i odrzuca wartości i idoli*². Samo chce robić vlogi, a nie oglądać je (np. jako dopełnienie analizy wiersza). Video jest, zdaniem obserwatorów imperium YouTube, już nie formą manifestacji, lecz naturalnej komunikacji youtuberów: *Co minutę na YouTube dodawanych jest 400 godzin filmów...*³. Czy szkoła będzie umiała i tę z(a)mianę wykorzystać?

Ewa Nowel

¹ K. Wyszniński, *Nastolatki patrzą na świat inaczej. Relacja z VidConu, największej na świecie konferencji o YouTube*, Internet, (dostęp: 24.01.2016 r.), dostępny: <http://matemat.pl/149729,nastolatki-patrza-inaczej-relacja-z-vidconu>

² Tamże.

³ Tamże.