
Karina Czepiec-Veltzé

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

ORCID: 0000-0002-5580-5290

Kompetencje cyfrowe i relacje z nowymi technologiami rodziców „zetek”. Przyczynek do badań nad pokoleniem cyfrowej luki

Wprowadzenie

Zróżnicowane sposoby użytkowania mediów cyfrowych przez poszczególne grupy społeczne stanowią istotny obszar zainteresowań badaczy zajmujących się medioznawstwem, socjologią oraz psychologią (Gruchoła 2017; Ogonowska 2016). W szczególności wiek użytkowników, jako jedna z kluczowych zmiennych różnicujących, umożliwia wyodrębnienie odmiennych praktyk medialnych i postaw wobec treści cyfrowych. Praktyki komunikacyjne, strategie konsumpcji mediów czy sposoby podtrzymywania relacji interpersonalnych za pośrednictwem sieci – to tylko niektóre aspekty analizowane w literaturze przedmiotu, wykazujące istotne zróżnicowanie międzypokoleniowe (Peszek 2016; Kuźmich, Chmielewska 2024).

Na szczególną uwagę zasługuje również kwestia kompetencji cyfrowych, ujmowana jako zbiór umiejętności związanych z użytkowaniem mediów społecznościowych, świadomością potencjalnych zagrożeń cyfrowych oraz zdolnością krytycznego rozumienia i zarządzania technologiami komunikacyjnymi (Nowacka 2022: 35). Różnice w ich poziomie mogą wynikać z różnych czynników niezależnych od cech jednostki, m.in. niskiego poziomu rozwoju gospodarczego kraju ojczystego, niskiego poziomu edukacji czy

czynników kulturowych (Orłowska, Błęszyńska 2020: 148). Jednak szczególnie interesującą perspektywą badawczą jest doświadczenie tych grup wiekowych, które były bezpośrednimi świadkami dynamicznych zmian technologicznych. W ich przypadku możliwe jest prześledzenie procesów adaptacji do nowych realiów komunikacyjnych (np. wśród współczesnych seniorów, którzy większość życia funkcjonowali w rzeczywistości analogowej) lub analiza funkcjonowania w świecie, w którym technologie cyfrowe stanowią domyślne i wszechobecne środowisko życia (np. w przypadku dzieci i młodzieży z pokolenia Z i Alfa).

Dotychczas literatura badawcza koncentrowała się w dużej mierze na analizie zachowań medialnych przedstawicieli pokolenia Z (Gloc 2024), Alfa (Dacka 2023), a także *baby boomers* (Pluta-Olearnik 2025). Grupy te często reprezentują pewne symboliczne cechy społeczno-technologiczne konkretnych okresów w historii, co czyni je istotnym przedmiotem badań nad współczesnymi formami komunikacji, transformacjami medialnymi oraz zagrożeniami informacyjnymi.

Celem niniejszego artykułu jest zwrócenie uwagi na grupę, która pozostaje relatywnie niedoreprezentowana w dotychczasowych analizach pokoleniowych dotyczących użytkowania mediów cyfrowych. W jej skład wchodzi osoba będące rodzicami przedstawicieli pokolenia Z i Alfa, a zarazem dziećmi generacji powojennej. Ich doświadczenia w zakresie korzystania z mediów społecznościowych i ogólniej – technologii komunikacyjnych – stanowią istotny punkt odniesienia nie tylko dla analizy własnych praktyk cyfrowych, ale również dla zrozumienia mechanizmów kształtowania się kompetencji medialnych młodszych pokoleń. Z jednej strony bowiem ich biografie obejmują okresy gwałtownego rozwoju technologii cyfrowych, z drugiej – pełnią oni funkcję pośredników i kulturowych „filtrów”, wpływających na cyfrowy habitus swoich dzieci.

Definiowanie generacji w odniesieniu do kompetencji cyfrowych

Literatura przedmiotu uwzględnia jasny podział kolejnych pokoleń ludzi, które można wyróżniać, poczynawszy od końca drugiej wojny światowej. Mimo pewnych rozbieżności w zakresie dokładnych dat krańcowych (Matysiak 2018) w istocie panuje zgodność w aspekcie tak nazewnictwa, jak i charakterystyki każdego z tych pokoleń. W ten sposób najstarsze żyjące obecnie osoby zaliczają się do pokolenia tzw. *baby boomers*, czyli wyżu demograficznego, który odnotowano wraz z końcem niestabilnego okresu drugiej wojny światowej. Granicę tego pokolenia określa się różnie, choć mniej więcej do ok. 1960 roku. Następnie wyróżnia się pokolenie X, którego przedstawiciele

narodzili się orientacyjnie między 1960 a 1980 rokiem. Po nim występuje pokolenie Y, zwane też milenialsami, i obejmuje osoby urodzone między 1980 a 1997 rokiem. Od 1998 roku do ok. 2010 mówi się o tzw. pokoleniu Z („zetkach”), które stało się nie tylko przedmiotem intensywnej publicznej debaty, ale też licznych badań naukowych, głównie ze względu na reprezentowanie istotnych zmian społecznych, idących w parze z technologicznym postępem epoki. Najmłodsi zaś zaliczają się do pokolenia Alfa, a osoby urodzone po 2024 roku do pokolenia Beta. Cechą charakterystyczną dla obu z nich jest wzrastanie człowieka w warunkach wysoce zmediatyzowanych, przy nieustannej obecności zaawansowanych technologii, ekranu i połączenia z internetem.

Jednak z punktu widzenia badań medioznawczych oraz badań nad komunikacją społeczną granice między tymi pokoleniami bardziej dotyczą nie limitów wiekowych (Katz 2017: 13), a nawet nie istotnych punktów społecznych lub historycznych, lecz zmian w sposobie użytkowania mediów – a nawet, co ważniejsze – możliwości technologicznych, które owo użytkowanie kształtują i zmieniają (Kuczamer-Kłopotowska, Kalinowska-Żeleźnik 2019: 224–225). W ten sposób dla każdego z tych pokoleń można wyznaczyć istotne zjawiska, które będą charakterystyczne dla ich przedstawicieli w kontekście użytkowania mediów. Z tego też powodu pokolenie milenialsów powinno się rozpatrywać z perspektywy dwóch grup: wczesnych milenialsów (urodzonych w pierwszej dekadzie podanego wyżej zakresu) oraz późnych milenialsów (urodzonych w latach 90.). Grupy te różnicuje istotna zmienna – skala dostępu do komputera z internetem w czasach dzieciństwa i okresie dorastania. To właśnie powszechny, względnie tani i ograniczony jedynie po części dostęp do internetu w okresie dzieciństwa i adolescencji determinuje relacje z mediami cyfrowymi w wieku dorosłym.

W literaturze szczególnie dużo miejsca zajmują badania prowadzone nad przedstawicielami najmłodszych pokoleń (generacji Z, Alfa), co wydaje się oczywiste z punktu widzenia nieustannej potrzeby poszukiwania genezy pewnych zachowań i zwyczajów cyfrowych (Wojtoszek 2023: 175–176). Jak to już zostało wcześniej wspomniane, pokolenie Z stanowi na tle poprzednich prawdziwy ewenement, ponieważ nie tak dawno w dorosłe życie wkroczyły osoby, które praktycznie nie pamiętają czasów sprzed powszechnego dostępu do internetu, nawet jeśli skromna część ich wczesnego życia była go pozbawiona. Współtowarzyszący temu zjawisku cały szereg innych cech pokolenia Z, takich jak podejście do stosunku pracy, relacji międzyludzkich, zmiana stylu życia i modelu rodziny, który nieustannie intryguje i jest przedmiotem szczególnie wzmoczonej uwagi tak ze strony opinii publicznej, jak i naukowców.

Warto jednak zwrócić uwagę na zupełnie odmienny czynnik sposobu zachowania „zetek”, choć nie mniej istotny, bo dotyczący istotnego etapu pierwotnej socjalizacji człowieka. Za wychowanie „zetek” odpowiadają

w znakomitej większości ich rodzice, którzy w momencie pisania niniejszego tekstu mają między 40 a 50 lat. Oznacza to, że urodzili się oni najwcześniej na przełomie lat 70. i 80., a najpóźniej pod koniec lat 80. Warunki ich rozwoju w okresie dziecięcym czy nastoletnim, ze szczególnym uwzględnieniem relacji z nowymi technologiami i mediami, mogą stanowić istotny czynnik w kształtowaniu tych samych relacji u ich dzieci, objawiając się m.in. w poziomie wiedzy, umiejętności, kompetencji z zakresu obsługi narzędzi cyfrowych, sposobów kształtowania komunikacji i relacji zapośredniczonych czy wrażliwości na nowe rodzaje zagrożeń wynikające z nieustannego bycia online.

Pokolenie cyfrowej luki – kto to taki?

Osoby, które pokrótce zostały wyżej scharakteryzowane, można określić terminem „pokolenia cyfrowej” luki (ang. *digital gap generation*). Choć określenie to może wydawać się pejoratywne, w istocie jego sens leży w zwróceniu uwagi na naczelny element, który po części ukształtował sposób wychowywania dzieci i młodzież generacji Z pod kątem stylów użytkowania mediów i komunikacji międzyludzkiej. Ów element jest tak naprawdę złożony i wielopoziomowy. Z jednej strony kształtują go czynniki wynikające wprost z dzieciństwa oraz okresu dorastania: pierwsza styczność z komputerem podłączonym do internetu, sposoby korzystania z tej możliwości oraz potencjalny zakres zainteresowania tą działalnością osób dorosłych (funkcja kontroli rodzicielskiej). Z drugiej strony odnotować należy czynniki kształtujące pierwszą styczność z mediami społecznościowymi, sposoby z nich korzystania, wybór i możliwości platform (okres przypadający u większości na czasy nastoletnie i wieku młodych dorosłych) (Baran, Kłos 2014: 924–925). Zatem termin „cyfrowej luki” odnosi się do przeoczenia pewnej szansy na płynne wejście w zmieniającą się rzeczywistość technologiczno-medialną lub niepełne czy niedoskonałe dostosowanie się do zmieniających się realiów w tym zakresie (Thangavel, Chandra 2024). Brak wiedzy i doświadczenia skutkuje natomiast m.in. metodami wychowawczymi w stosunku do pokolenia Z i Alfa, obejmującymi dostęp dzieci i młodzieży do przestrzeni internetowej (Pons-Salvador, Zubieta-Méndez, Frias-Navarro 2022: 455).

Z uwagi na moment nastąpienia wspomnianych zmian (jeśli by nie rzec – rewolucji) pokolenie cyfrowej luki obejmuje częściowo graniczny koniec pokolenia X oraz wczesnych milenialsów, które różnią się między sobą chociażby skutecznością wykonywania zadań i efektywnością nauki (Gupta, Goyal 2018). Zgodnie z typologią historyczną badaczek Marii Zielińskiej i Doroty Szaban można tutaj mówić o osobach z przełomu tzw. pokolenia Unii Europejskiej (ur. 1978–1982) oraz pokolenia posttransformacyjnego (ur. 1983–1987) (Zielińska, Szaban 2011: 38). Na potrzeby operacjonalizacji

tego terminu przyjęto jednak, aby owo pokolenie definiować poprzez płynne ramy daty narodzin – między 1975 a 1989 rokiem, ale przede wszystkim przez pryzmat potencjalnej możliwości posiadania potomstwa w pokoleniu Z oraz nakreślonych wcześniej stylów użytkowania mediów i komunikacji cyfrowej, wynikających z doświadczeń dzieciństwa, okresu nastoletniego i wczesnej dorosłości.

Jak pokazują dane statystyczne (CBOS 2024; Drynko 2025), osoby w wieku 40–44 i 45–49 lat to w 2024 roku najliczniejsze grupy wiekowe w Polsce. Chociażby z tego względu warto skierować na nie naukową uwagę. Stan ten odzwierciedlają również dane dotyczące użytkowania mediów w kraju nad Wisłą. Wśród najpopularniejszych mediów społecznościowych wymienia się na pierwszym miejscu Facebooka (86,5%), następnie Messengera (80%)¹ oraz Instagrama (63,2%). Respondenci przytoczonego badania wskazali, że ich ulubioną platformą jest Facebook (28,3%), choć najwięcej czasu spędzają na TikToku (36 h 6 min) i YouTube (22 h 55 min), co naturalnie wynika z charakteru treści tam prezentowanych. Co ciekawe, w grupie wiekowej będącej przedmiotem zainteresowania tych rozważań, czyli 45–54 lat, tylko 6,2% kobiet oraz 5,9% mężczyzn posiada TikToka. Wśród nich zdecydowanie dominuje Facebook, który był dla przedstawicieli pokolenia cyfrowej luki pierwszym międzynarodowym portalem z kategorii mediów społecznościowych, który jednocześnie ukształtował wobec tych mediów postawy, oczekiwania, sposoby konsumpcji treści, ogólnie rzecz ujmując – cyfrowy habitus.

Geneza badań własnych

Bezpośrednim przyczynkiem do podjęcia tematyki pokolenia cyfrowej luki były obserwacje studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Jagiellońskim. W ramach zadania polegającego na przeprowadzeniu obserwacji członków rodziny pod kątem użytkowania mediów społecznościowych i relacji z nowymi technologiami studenci odnotowali szereg cech charakterystycznych właśnie dla osób urodzonych między 1975 a 1989 rokiem, czyli u własnych rodziców. Spostrzegli oni w pierwszej kolejności ogólną niechęć przedstawicieli tego pokolenia do nowinek technologicznych, objawiającą się niskimi kompetencjami w zakresie obsługi bardziej skomplikowanych urządzeń, a w szczególności platform mediów społecznościowych. Większość rodziców „zetek” pozostaje wierna Facebookowi, gdzie stawiała

¹ Z punktu widzenia typologii mediów społecznościowych komunikatorów takich jak Messenger, Whatsapp czy Telegram nie można zakwalifikować jako mediów społecznościowych *sensu stricto*, ponieważ nie łączą one funkcji komunikowania prywatnego z publicznym, co stanowi jeden z czterech filarów social mediów (zob. Meikle 2016).

swoje pierwsze kroki wiele lat temu i która to przestrzeń jest im najlepiej znana, daje poczucie bezpieczeństwa i kontroli nad własną prywatnością. Co ważne, osoby, które wykazują większą otwartość na nowości i często mają też konta w innych mediach społecznościowych, w dużej mierze są to osoby korzystające z urządzeń mobilnych w celach zawodowych.

Studenci odnotowali, że rodzice posiadający konta w mediach społecznościowych, używają ich wyłącznie po to, aby podglądać innych użytkowników. Sami nic nie publikują bądź robią to rzadko, głównie ze względu na ochronę prywatności i ograniczenie własnej ekspozycji na potencjalne oszustwa. W związku z brakiem aktywnego użytkowania tych platform wiedza rodziców „zetek” o zakresie funkcjonalności social mediów jest ograniczona i nie w pełni, wedle oceny ich dzieci, wykorzystana. W tej grupie dominuje zatem model biernego użytkowania mediów społecznościowych, który zakłada w pierwszej kolejności przeglądanie treści, a interakcja polega na stosowaniu przycisków reakcji oraz okazjonalnym komentowaniu i bardzo rzadkiej publikacji własnych postów, bądź zaniechaniu tej czynności w ogóle.

Innym interesującym aspektem tych obserwacji jest kontrola rodzicielska nad niepełnoletnimi dziećmi. Studenci, którzy mają młodsze od siebie rodzeństwo, spostrzegli, że ich rodzice starają się sprawować kontrolę nad czasem, jaki spędza ono w sieci, oraz nad tym, co dokładnie tam robi. Największe zastrzeżenia opiekunów rodzą treści na platformie TikTok, co do której podejmowane są próby wprowadzania ograniczeń czasowych. Z uwagi jednak na niski zakres wiedzy rodziców o współczesnych typach treści zakazy te nie obejmują już innych platform zawierających dokładnie ten sam rodzaj treści, czyli krótkie formy wideo o nieskończonym repertuarze (*shorts* na YouTube czy rolki na Instagramie). Ponadto przedstawiciele pokolenia Alfa potrafią skutecznie ominąć zalecenia rodziców przy jednoczesnym zachowaniu pozorów stosowania się do tych zaleceń, co jednak nie umyka uwadze starszego rodzeństwa.

Powyższe obserwacje, choć wnikliwie i anonsujące istotny problem badawczy, stanowią jedynie pogłądowe spojrzenie na zjawisko. Aby móc mówić o jakiegokolwiek istotności i oszacować rzeczywiste jego rozmiary, niezbędne jest przeprowadzenie badań o większym rygorze metodologicznym. Niniejszy artykuł stanowi prezentację pilotażu badań nad pokoleniem cyfrowej luki i ukazuje najistotniejsze informacje o jego przedstawicielach w kontekście użytkowania mediów społecznościowych oraz relacji z nowymi technologiami. Jest on także przyczynkiem do badań jakościowych, pogłębiających znaczące elementy kształtujące postawę omawianego pokolenia.

Metodologia badań własnych

Kwestionariuszowe badanie opinii w fazie pilotażowej zostało przeprowadzone na grupie 45 respondentów. Kwestionariusz ankiety został rozdys-trybuowany drogą online. Warunkiem wstępnym uczestnictwa w badaniu była deklaracja roku urodzenia pomiędzy 1975 a 1989. Oprócz podstawowych pytań o dane socjodemograficzne kwestionariusz zawierał pytania przy- porządkowane do trzech sekcji: korzystanie z internetu i mediów społecz- nościowych, pierwsza styczność z komputerem z dostępem do internetu oraz sekcja skierowana wyłącznie do rodziców aktualnie niepełnoletnich dzieci – sposoby użytkowania mediów społecznościowych przez dziecko a kontrola rodzicielska². W sumie wszyscy respondenci odpowiedzieli na dwadzieścia jeden pytań, a ci z nich, którzy posiadali w momencie badania niepełnoletnie potomstwo, dodatkowo udzielili odpowiedzi na dwa pytania związane z rodzicielstwem.

Można wyróżnić dwa podstawowe cele tego badania. Pierwszy z nich stanowiło przetestowanie narzędzia w postaci kwestionariusza ankiety przed przystąpieniem do badań na próbie reprezentatywnej, pod kątem zasadności i zakresu tak sekcji, jak i poszczególnych pytań. Cel drugi obejmował nato- miast zweryfikowanie kierunków, w jakich powinny podążać namysły nad pokoleniem cyfrowej luki nie tylko w kontekście badań ilościowych, ale też jakościowych, stanowiących istotny komponent przyszłego projektu (indy- widualne wywiady pogłębione lub narracyjne, grupy fokusowe, obserwacja uczestnicząca lub netnograficzna).

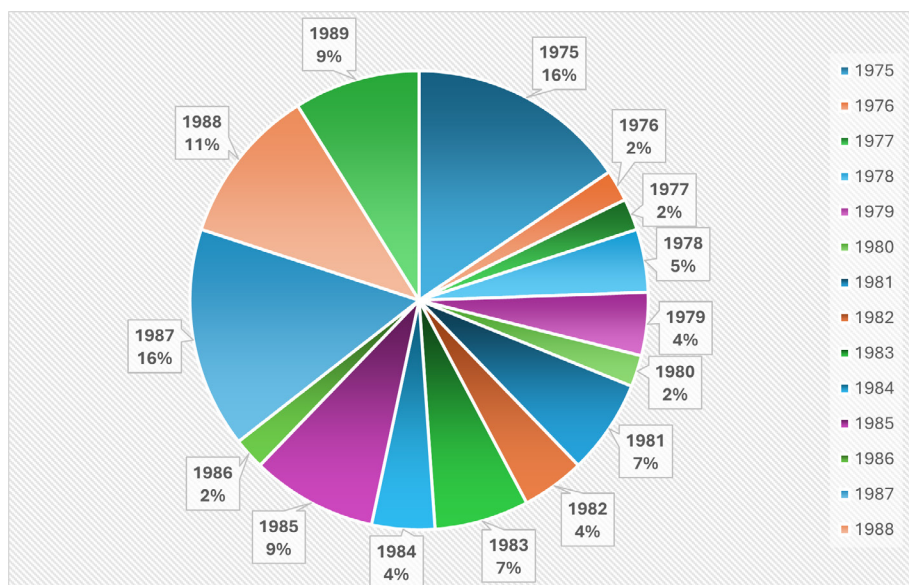
Pytania badawcze wynikające z tak postawionych celów brzmią następująco:

- **P1.** W jaki sposób osoby urodzone w latach 1975–1989 użytkują media społecznościowe?
- **P2.** Jak przedstawiciele pokolenia cyfrowej luki oceniają własne kom- petencje cyfrowe?
- **P3.** Jakie elementy mogły ukształtować cyfrowy habitus pokolenia cyfrowej luki w odniesieniu do doświadczeń z dzieciństwa i okresu dorastania?
- **P4.** Jaka postawę prezentują przedstawiciele pokolenia cyfrowej luki w odniesieniu do obecności ich dzieci w przestrzeni internetowej?

² Pełna treść kwestionariusza ankiety dostępna jest w aneksie.

Wyniki badań – użytkowanie mediów społecznościowych w pokoleniu cyfrowej luki

Respondenci biorący udział w badaniu to 30 kobiet, 14 mężczyzn i 1 osoba, która nie chciała deklarować płci. 33% respondentów mieszka w mieście powyżej 500 tys. mieszkańców, 47% również w mieście, powyżej 50 tys. mieszkańców, a 20% mieszka na wsi. Większość badanych ma wykształcenie wyższe z tytułem magistra, 27% średnie, a 16% wyższe z tytułem licencjata lub inżyniera. Zdecydowana większość (67%) jest czynna zawodowo w ramach pracy o pełnym wymiarze godzin, natomiast w drugiej kolejności 13 osób wskazało własną działalność gospodarczą, a 4% status osoby bezrobotnej.

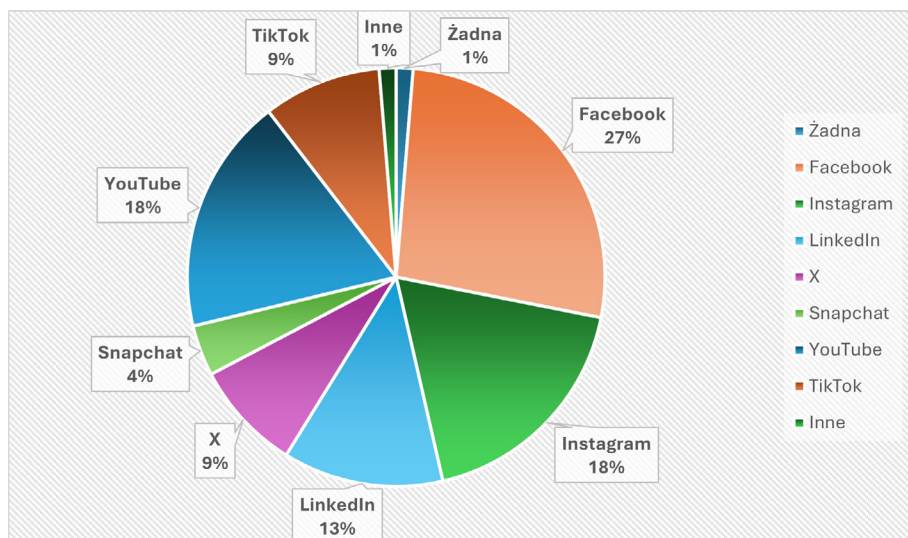


Wykres 1. Rok urodzenia badanych

Źródło: opracowanie własne.

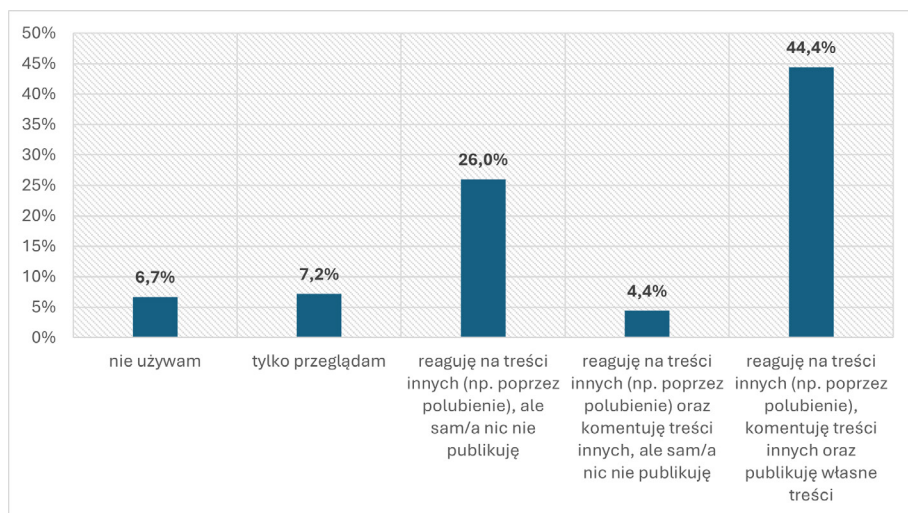
Tylko jedna na czterdzieści pięć osób zadeklarowała, że wcale nie używa internetu, natomiast pozostali robią to codziennie. W kontekście użytkowania mediów społecznościowych 78% badanych zadeklarowało korzystanie codzienne, 18% kilka razy w tygodniu, a 4% nie używa ich wcale. Szczegółowy rozkład odpowiedzi na pytanie, które platformy wybiera pokolenie cyfrowej luki, prezentuje wykres 2. Deklaracje badanych potwierdzają tym samym reprezentatywne dane z ogólnopolskich prób, wedle których to Facebook zajmuje pierwsze miejsce pod kątem popularności wśród osób urodzonych

między 1975 a 1989 rokiem. Najczęściej występującą konfiguracją jest posiadanie kont na Facebooku i Instagramie jednocześnie.



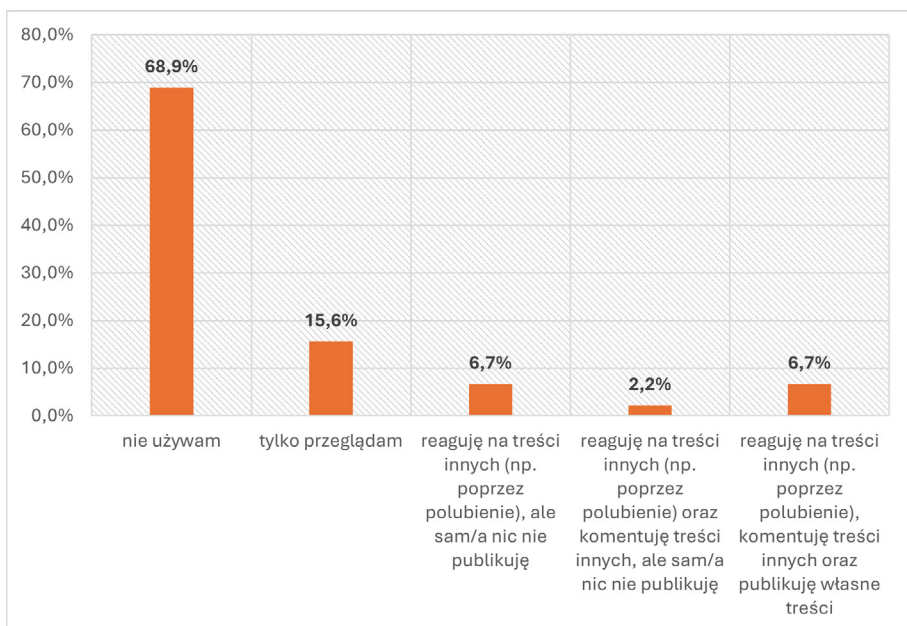
Wykres 2. Platformy społecznościowe używane przez pokolenie cyfrowej luki

Źródło: opracowanie własne.



Wykres 3. Użytkowanie funkcjonalności Facebooka przez pokolenie cyfrowej luki

Źródło: opracowanie własne.



Wykres 4. Użytkowanie funkcjonalności TikToka przez pokolenie cyfrowej luki
Źródło: opracowanie własne.

Wykresy 3 oraz 4 prezentują przegląd aktywności pokolenia cyfrowej luki w przestrzeni mediów społecznościowych, która pozostaje umiarkowana. Większość badanych poza Facebookiem nie posiada żadnego innego konta. To właśnie na nim skupia się cała aktywność tego pokolenia, które przede wszystkim tam publikuje własne materiały (43,2%), choć niemalże jedna trzecia deklaruje przy tym używanie Facebooka wyłącznie do przeglądania treści innych, bez żadnych własnych publikacji. Drugą wiodącą platformą, na której okazjonalnie badani zamieszczają swoje materiały, to Instagram (15,9%). Ponad połowa odpowiadających (57%) ma poczucie straty zbyt dużej ilości czasu na użytkowanie mediów społecznościowych. Co ciekawe, mimo skupienia się głównie wokół jednej platformy, pokolenie cyfrowej luki nie ma poczucia, że inne są zarezerwowane wyłącznie dla młodszych użytkowników. Nie można tu zatem odnotować wykluczenia z pewnych przestrzeni, które, jak pokazują inne badania statystyczne, są zdominowane przez pokolenie Z i Alfa.

Problem kompetencji cyfrowych został poruszony w pytaniu dwunastym. Respondenci zostali poproszeni o ustosunkowanie się do dziewięciu kwestii, w tym dwóch brzmiących następująco: „Wiem, jak działają media społecznościowe, i potrafię w pełni wykorzystać ich potencjał zgodnie z moimi potrzebami” oraz „Wiem, jak stworzyć post, który treścią i estetyką będzie

adekwatny do medium społecznościowego, w którym chcę go opublikować”. Wobec obu tych stwierdzeń badani określili swoje stanowisko jako „Raczej się zgadzam” i „Zdecydowanie się zgadzam” na poziomie 60%. Wskazuje to, iż w większości są oni przekonani o zadowalającym poziomie swoich kompetencji w zakresie *know-how* mediów społecznościowych, które użytkują.

Jednak z odpowiedzi na następne pytanie wynika, że to reagowanie na treści za pomocą przycisków reakcji stanowi główny sposób wchodzenia w interakcje z tymi treściami (35,6% – „bardzo często”, 15,6% – „często”). Funkcjonalności takie jak: tworzenie wydarzeń publicznych i relacji na żywo, organizowanie głosowania, sesji Q&A czy publikowanie krótkich form wideo to dla pokolenia cyfrowej luki czynności poza obszarem jego zainteresowań i wykorzystania. Przy tym 40% osób deklaruje, że nigdy nie publikuje własnych filmów, 33,3% własnych postów tekstowych, 17,8% własnych zdjęć, a 11,1% nie pisze żadnych komentarzy. Jednocześnie badani deklarują, że nie mają potrzeby rozwijania swoich kompetencji w zakresie lepszego wykorzystania potencjału mediów społecznościowych do dzielenia się własnymi treściami („Zdecydowanie się nie zgadzam” oraz „Nie zgadzam się” o łącznej wartości 48,8%).

Uwagę zwraca również deklarowany poziom umiejętności rozpoznawania zagrożeń wynikających z użytkowania mediów społecznościowych. Zdecydowana większość badanych wysoko określa poziom samoświadomości w tym obszarze: 37,8% – „Zdecydowanie się zgadzam”, 48,9% – „Raczej się zgadzam”. Jednak wśród osób określających pełne rozpoznawanie tych zagrożeń prawie nikt z nich nie używa TikToka, a jedynie dwie z nich publikują jakiegokolwiek treści wyłącznie na Facebooku. Natomiast inne media społecznościowe są jedynie przez nich przeglądane lub nieużywane wcale. Choć jednocześnie faktem jest, że im więcej kont dana osoba posiada na różnych platformach, tym prezentuje większą pewność w zakresie tworzenia adekwatnych i atrakcyjnych treści.

Wyniki badań – cyfrowa socjalizacja pokolenia cyfrowej luki

Połowa badanych miała dostęp do komputera z internetem w domu rodzinnym już jako dziecko lub nastolatek. Naturalnie, im wcześniejszy rok urodzenia badanych, tym deklarowana pierwsza styczność z tym urządzeniem wystąpiła później – od wieku nastoletniego do pełnej dorosłości w niektórych przypadkach, a średnio działo się to ok. piętnastego roku życia odpowiadających. Co ciekawe, 82% wszystkich respondentów miało obowiązkowe lekcje informatyki w szkole na którymś z etapów edukacji. To właśnie szkoła (lekcje, świetlica czy biblioteka) okazała się najczęstszym miejscem pierwszej

styczności z komputerem i internetem, w drugiej kolejności był to dom rodzinny, a następnie dom znajomych lub dalszej rodziny. Natomiast prawie nikt (89%) nie uczestniczył w alternatywnych kursach obsługi komputera, niezależnie od stopnia odpłatności za tego typu usługi. Poza własnym domem badani mieli możliwość korzystania z urzędu w szkole (36%), kafejce internetowej (28%), u znajomych (14%) czy w domu kultury i biblioteki (9%). Zdecydowana większość osób zadeklarowała, że ich rodzice nie kontrolowali wcale (lub robili to sporadycznie) czasu oraz sposobu, w jaki dzieci spędzają czas online.

Wyniki badań – postawa rodziców niepełnoletnich dzieci

Wśród osób biorących udział w badaniu prawie połowa (42%) zadeklarowała posiadanie potomstwa urodzonego w 2006 roku lub później – co oznacza, że w roku badania dzieci te nie osiągnęły jeszcze pełnoletności lub ze względu na obowiązek szkolny nadal znajdują się pod opieką rodziców. Dzieci badanych urodziły się między 2006 a 2022 rokiem, czyli mają odpowiednio: najstarsze – 19 lat, najmłodsze – 3 lata.

Rodzice dzieci wykazują się deklaratywnie dogłębną znajomością konsekwencji ich obecności w sieci i potencjalnych zagrożeń, na co wskazują odpowiedzi: „Zawsze” – 52,6%, „Często” – 31,6%. Zdecydowane deklaracje obejmują również zainteresowanie rodzica, jakie treści jego dziecko/dzieci udostępnia(ją) w sieci: „Zawsze” – 57,9%, „Często” – 26,3%. Prawie połowa tej części respondentów nie pozwala swoim dzieciom posiadać konta w dowolnych mediach społecznościowych, lecz nieco bardziej wyrozumiali są oni w stosunku do oglądania przez dzieci treści na YouTube („Nigdy” – 31,6%, „Rzadko” – 21,1%) oraz krótkich form wideo typu rolki, tiktoki, *shortsy* („Nigdy” i „Rzadko” – po 23,3%).

Żaden z odpowiadających nie wskazał, żeby jego rodzice interesowali się tym, ile czasu i jak spędzał on online, wówczas gdy sam był dzieckiem. Z kolei tylko jeden z nich określił, że zupełnie nie potrafi rozpoznawać zagrożeń płynących z użytkowania mediów społecznościowych. Pozostali wybrali odpowiedzi „Zdecydowanie się zgadzam” lub „Raczej się zgadzam”. Wśród tych osób nikt nie używa Snapchata, większość nie używa TikToka – czyli znajdują się poza platformami społecznościowymi najpopularniejszymi wśród grupy wiekowej ich dzieci. Aktywne użytkowanie dotyczy jedynie Facebooka i sporadycznie Instagrama. Kontrola rodzaju przeglądanych przez dzieci treści nieznaczaco odbiega od kontroli czasu spędzanego w internecie (różnica w średnich wynosi niecałe 0,1).

Podsumowując powyższe, odpowiedzi na postawione pytania badawcze kształtują się następująco:

P1. W jaki sposób osoby urodzone w przedziale 1975–1989 użytkują media społecznościowe?

Badani użytkują media społecznościowe często. Natomiast nie zagłębiają się w ich funkcjonalności, dominuje wśród nich bierny model użytkowania. Najchętniej wybierają portal Facebook, a praktycznie w ogóle nie korzystają ze Snapchata czy TikToka.

P2. Jak przedstawiciele pokolenia cyfrowej luki oceniają własne kompetencje cyfrowe?

Oceniają je wysoko, są pewni swojej wiedzy w tym obszarze i nie czują potrzeby podnoszenia swoich kompetencji w zakresie lepszego wykorzystania funkcjonalności social mediów.

P3. Jakie elementy mogły ukształtować cyfrowy habitus pokolenia cyfrowej luki w odniesieniu do doświadczeń z dzieciństwa i okresu dorastania?

Wiek pierwszej styczności zarówno z internetem ogólnie, jak i mediami społecznościowymi, miejsce debiutu, tj. rozpoczęcia swojej aktywności w mediach społecznościowych oraz jakie funkcjonalności udostępniały konkretne platformy na tamten moment.

P4. Jaką postawę prezentują przedstawiciele pokolenia cyfrowej luki w odniesieniu do obecności ich dzieci w przestrzeni internetowej?

Deklarują umiarkowaną ochronę swoich dzieci przed zbyt dużą ilością czasu spędzanego przed ekranem oraz nieodpowiednimi treściami. Dopuszczają jednak przed wiekiem nastoletnim dostęp do treści wideo, w tym na YouTube czy TikToku. Są względnie zainteresowani, gdzie ich dziecko posiada konta i co na nich udostępnia.

Dyskusja

Wyniki tego pilotażowego badania pokazują, że pewne cechy przypisywane pokoleniu cyfrowej luki na gruncie teoretycznym znajdują swe potwierdzenie empiryczne. Przede wszystkim dotyczą one okresu pierwszej styczności z komputerem podłączonym do internetu, który dla tego pokolenia przypada na okres adolescencji. To bardzo ważna informacja, wskazująca na nabycie kompetencji cyfrowych w intensywnym okresie rozwoju, praktycznie bez nadzoru rodziców, o znikomym autorytecie zewnętrznym (np. w postaci nauczycieli). Dane te wskazują, że sposoby poznawania cyfrowego świata „na własną rękę”, tzn. poza kontrolą oraz przy braku jakiegokolwiek kodeksu dobrych praktyk (Swift, Taylor 2003), mogą istotnie determinować sposoby korzystania z mediów społecznościowych w życiu dorosłym oraz stosunek do relacji własnych dzieci ze środowiskiem online.

Kulisy cyfrowej socjalizacji przedstawicieli pokolenia cyfrowej luki to tematyka, która wymaga dalszej eksploracji. Ankietyowe badanie pilotażowe pokazuje, że zgodnie ze wcześniejszymi przypuszczeniami wydarzenia z okresu dziecięcego i nastoletniego mogą mieć istotny wpływ na styl wychowania potomstwa pod kątem użytkowania mediów i sposobów podejmowania cyfrowych interakcji. Metodą, która mogłaby okazać się pomocna przy tego typu tematyce, są wywiady narracyjne. Umożliwiłyby one rozmówcom opowiedzenia o pierwszych doświadczeniach z komputerem, internetem oraz urządzeniami mobilnymi z uwzględnieniem emocji, okoliczności, istotnych elementów, postaci czy artefaktów. Z kolei wspomnienia dzisiejszych rodziców z okresu początków wysokiego rozwoju technologicznego byłyby warte zestawienia z ich obecnym stosunkiem wobec kontroli sprawowanej nad własnymi dziećmi oraz w kontekście zrozumienia dalszego postępu technologicznego oraz zmieniających się stylów użytkowania mediów czy komunikacji.

Konsternację budzi poziom deklarowanej wiedzy i świadomości na temat *know-how* mediów społecznościowych wśród badanych w stosunku do ich rzeczywistego zaangażowania w przestrzeń wirtualną. Deklaracje odnoszące się do tych dwóch kwestii stoją w sprzeczności, co pozwala domniemywać, iż wiedza i świadomość badanych dotyczą bardziej poczucia i zakrzywionej samooceny, aniżeli realnych kompetencji czy doświadczenia wynikającego z osobistego użytkowania konkretnych platform. Ten aspekt z kolei mógłby stanowić kolejny temat badań, skoncentrowanych wokół rzeczywistych kompetencji cyfrowych pokolenia cyfrowej luki, którego metodologia powinna być nakierowana na konfrontację deklaracji ze stanem faktycznym. Druga rzecz dotycząca tego problemu, a możliwa do zbadania tak metodami jakościowymi, jak i ilościowymi, to zakres, tematyka i forma udostępnianych w mediach społecznościowych treści: jakiego rodzaju zdjęcia, filmy czy posty tworzą reprezentanci omawianego pokolenia i czy spełniają one kryteria adekwatności i zgodności z estetyką danej przestrzeni? Natomiast sama rutyna użytkowania mediów społecznościowych, czy w ogóle urządzeń mobilnych, wymagałaby badań na gruncie zdecydowanie jakościowym, w szczególności z użyciem metod o charakterze obserwacyjnym. Tylko one umożliwiłyby realny wgląd w codzienność użytkowników z pokolenia cyfrowej luki, prowadzący do odtworzenia stanu faktycznego i odkrycia jego przyczyn oraz konsekwencji.

Podsumowanie

Pokolenie cyfrowej luki to interesujący termin, który może na stałe wejść do kanonu pojęć z zakresu badań medioznawczych i komunikacyjnych.

Niniejszy artykuł jedynie anonsuje i uzasadnia potrzebę posługiwania się tym pojęciem, a więc wymagane są oczywiście dalsze badania, które pomogą dokładniej go zoperacjonalizować pod kątem ram definicyjnych i zakresu użycia. Niezbędna wydaje się eksploracja praktyk pokolenia cyfrowej luki za pomocą metod jakościowych: obserwacji uczestniczącej, wywiadów narracyjnych, wywiadów w grupie fokusowej czy obserwacji netnograficznej. Wszystkie te metody umożliwiłyby dogłębną analizę zjawiska i wyznaczenie dalszych istotnych pojęć, choć przede wszystkim zmiennych, które warto następnie badać w sposób systematyczny i reprezentatywny. Niezwykle ciekawą koncepcją byłoby też przeprowadzenie badań konfrontujących deklaracje, style użytkowania mediów, style wychowania i relacje z nowymi technologiami pokolenia cyfrowej luki oraz ich dzieci – pokolenia Z oraz Alfa. To dałoby z kolei przyczynek do poszukiwań korelacji między elementami wychowawczymi a użytkowaniem mediów.

Prezentowane badanie obarczone jest podstawowym ograniczeniem niereprezentatywności, które wynika z jego pilotażowego charakteru. Jest ono przyczynkiem do dyskusji wokół pojęcia pokolenia cyfrowej luki i przypisania mu należnego miejsca w naukowym dyskursie. To badanie pokazało jednakże, iż osoby urodzone między 1975 a 1989 rokiem – reprezentujące tzw. pokolenie cyfrowej luki – to dość duża grupa osób, która zasługuje na zdecydowanie więcej naukowej uwagi, niż do tej pory otrzymała. Może dostarczyć mnóstwa wartościowej wiedzy na temat przeszłości, teraźniejszości, ale co niezwykle interesujące – także przyszłości, odnoszącej się do stylów przywiązania do mediów i sposobów z nich korzystania.

Aneks

Kwestionariusz ankiety

Pytanie wstępne:

Odpowiedz proszę na poniższe pytanie. Pomoże mi ono zaprosić do badania tylko te osoby, które spełniają kluczowe kryterium.

Urodziłem/am się między 1975 a 1989 rokiem.

Tak/Nie

Płeć: K/M/nie chcę podawać

Twój dokładny rok urodzenia:

Miejsce zamieszkania

Wieś / miasto do 50 tys. mieszkańców / miasto od 51 tys. do 150 tys. mieszkańców / miasto od 151 tys. do 500 tys. mieszkańców / miasto powyżej 500 tys. mieszkańców

Wykształcenie:

Podstawowe / gimnazjalne / średnie / niepełne wyższe (licencjat/inżynier) / wyższe (mgr)

Status zawodowy:

Bezrobotny/a / studiuje/uczę się i nie pracuję / praca w pełnym wymiarze godzin / praca w niepełnym wymiarze godzin / własna działalność gospodarcza / inne

Użytkowanie internetu i mediów społecznościowych

Jak często korzystasz z internetu?

Wcale / rzadziej niż raz w miesiącu / kilka razy w miesiącu / kilka razy w tygodniu / codziennie

W których z wymienionych poniżej mediach społecznościowych posiadasz konto? Możesz zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

W żadnym / Facebook / Instagram / LinkedIn / X (Twitter) / Snapchat / YouTube / TikTok

Czy regularnie korzystasz z tych mediów społecznościowych, które zaznaczyłeś/aś powyżej?

Nie korzystam wcale / codziennie / kilka razy w tygodniu / kilka razy w miesiącu / raz – kilka razy w roku

Jak wygląda twoja przeciętna aktywność we wskazanych mediach społecznościowych?

	Nie używam	Tylko przeglądam	Reaguję na treści innych (np. poprzez polubienie), ale sam/a nic nie publikuję	Reaguję na treści innych (np. poprzez polubienie) oraz komentuję treści innych, ale sam/a nic nie publikuję	Reaguję na treści innych (np. poprzez polubienie), komentuję treści innych oraz publikuję własne treści
Facebook					
Instagram					
LinkedIn					
YouTube					
Snapchat					
TikTok					
X (Twitter)					

W jakim celu użytkujesz media społecznościowe? Możesz zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

Prywatnym / zawodowym / nie użytkuję wcale

Ustosunkuj się do podanych niżej stwierdzeń używając skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza całkowicie się nie zgadzam, a 5 całkowicie się zgadzam.

	1 – Zdecydowanie się nie zgadzam	2 – Raczej się nie zgadzam	3 – Ani się zgadzam ani się nie zgadzam	4 – Raczej się zgadzam	5 – Zdecydowanie się zgadzam
Media społecznościowe to miejsce, gdzie dobrze się czuję i gdzie lubię spędzać czas					
Wiem, jak działają media społecznościowe i potrafię w pełni wykorzystać ich potencjał zgodnie z moimi potrzebami					
Znam nieformalne zasady obowiązujące w mediach społecznościowych, np. co i w jakim zakresie powinno się tam publikować					
Media społecznościowe to ważny element mojej codzienności					

Czuję, że media społecznościowe pochłaniają mi zbyt wiele czasu					
Umiem rozpoznać zagrożenia wynikające z użytkowania mediów społecznościowych i umiem się przed nimi obronić					
Chciał/abym móc lepiej wykorzystywać potencjał mediów społecznościowych do dzielenia się z innymi moimi treściami					
Myślę, że pewne media społecznościowe są zarezerwowane dla młodszych ode mnie użytkowników i celowo nie mam na nich konta					
Wiem, jak stworzyć post, który treścią i estetyką będzie adekwatny do medium społecznościowego, w którym chcę go opublikować					

Jak często używasz podanych niżej funkcji dostępnych w mediach społecznościowych:

	Bardzo często	Często	Czasami	Rzadko	Nigdy
Publikacja własnych zdjęć					
Publikacja własnych filmów					
Publikacja własnych postów tekstowych					
Pisanie komentarzy					
Reagowanie reakcjami (np. like, serduszko)					
Publikacja krótkich form wideo typu rolka, tiktok, shorts					
Publikacja krótkich form wideo o ograniczonym czasie widoczności (relacja, snap)					

Publikacja ankiety (głosowania), sesji Q&A					
Tworzenie wydarzeń publicznych i relacji na żywo					
Udostępnianie materiałów, których nie jestem autorem					

Doświadczenia z dzieciństwa:

Odpowiedz na poniższe pytania odnosząc się do czasów, gdy byłeś/aś dzieckiem lub nastolatkiem/a, tzn. miałeś/aś 18 lat i poniżej lub pozostawałeś/aś w obowiązku szkolnym mieszkając jednocześnie z rodzicami, mimo ukończonych 18 lat.

Czy będąc dzieckiem i/lub nastolatkiem miałeś/aś możliwość korzystania z komputera podłączonego do internetu w domu rodzinnym?

Tak / Nie / Nie wiem/Nie pamiętam

Czy będąc dzieckiem/nastolatkiem miałeś/aś możliwość korzystania z komputera podłączonego do internetu gdzieś indziej niż dom rodzinny? Możesz wybrać więcej niż jedną odpowiedź.

Nie / Tak w szkole i/lub na świetlicy / Tak, u znajomych lub rodziny / Tak, w domu kultury lub bibliotece / Tak, w kafejce

Czy miałeś/aś na jakimkolwiek etapie edukacji obowiązkowe lekcje informatyki w ramach szkolnego planu zajęć?

Tak / Nie / Nie wiem/nie pamiętam

Czy jako dziecko i/lub nastolatek uczestniczyłeś/aś w kursach dotyczących obsługi komputera/internetu poza szkołą (odpłatnie lub nieodpłatnie)?

Tak / Nie / Nie wiem/nie pamiętam

Kiedy wystąpiła twoja pierwsza styczność z internetem? Podaj orientacyjnie rok życia, kiedy taka styczność mogła wystąpić:

Wskaż miejsce, gdzie ta pierwsza styczność najprawdopodobniej wystąpiła: Dom rodzinny / szkoła, świetlica / dom kultury, biblioteka / kafejka / dom znajomych lub rodziny / nie wiem, nie pamiętam

Jeśli czas twojej pierwszej styczność z komputerem podłączonym do internetu przypadł na okres do 18 roku życia, zdeklaruj czy twoi rodzice kontrolowali jak i do czego używałeś/aś internetu, gdy byłeś dzieckiem i/lub nastolatkiem? Zdecydowanie tak / Raczej tak / Ani tak ani nie / Raczej nie / Zdecydowanie nie / Nie wiem, nie pamiętam

Pytania dodatkowe dla rodziców:

Czy masz przynajmniej jedno dziecko, urodzone w 2006 roku lub później?
Tak / Nie

Podaj poniżej ile dzieci posiadasz oraz rok urodzenia każdego z nich:

Ustosunkuj się do podanych niżej kwestii stosując skalę od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „nigdy”, a 5 „zawsze”.

	1 – nigdy	2 – rzadko	3 – czasami	4 – często	5 – zawsze
Kontroluję czas, jaki moje dziecko/dzieci spędza/ją w internecie					
Kontroluję, jakie treści moje dziecko/dzieci ogląda/ją w internecie					
Wprowadzam i egzekwuję limity czasu spędzania czasu w internecie przez moje dziecko/dzieci					
Moje dziecko/dzieci mogą mieć konta na dowolnych mediach społecznościowych					
Moje dziecko/dzieci może/mogą oglądać krótkie formy wideo typu rolki, tiktoki, shortsy					
Moje dziecko/dzieci może/mogą oglądać dowolne treści na YouTube					
Jestem w pełni świadom/a zagrożień, jakie mogą spotkać moje dzieci w internecie					
Interesuję się tym, jakie treści moje dziecko/dzieci udostępnia/ją w mediach społecznościowych					

Bibliografia

- Baran Małgorzata, Kłos Monika. 2014. „Pokolenie Y – prawdy i mity w kontekście zarządzania pokoleniami”. *Marketing i Rynek* nr 5. 923–929.
- Dacka Monika. 2023. „Funkcjonowanie pokolenia Alpha – wyzwania i zagrożenia. Rola edukacji medialnej w kształtowaniu nowej generacji”. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio J. Paedagogia-Psychologia* nr 36(2). 109–123.
- Kuczamer-Kłopotowska Sylwia, Kalinowska-Żeleźnik Anna. 2019. Rola Facebooka w komunikowaniu treści blogów w segmencie polskich milenialsów. W: *Współczesne Media. Problemy i metody badań nad mediami*. Tł. Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura (red.). Lublin. 221–236.
- Głoc Roksana. 2024. *Zdigitalizowani wyborcy debiutujący: polityczne użytkowanie mediów społecznościowych i podejścia do polityki pokolenia Z w Polsce*. Kraków.
- Gruchola Małgorzata. 2017. „Nowe formy zachowań społecznych wobec i pod wpływem mediów oraz nowych technologii. Analizy porównawcze”. *Państwo i Społeczeństwo* nr 3. 123–133.
- Gupta Poornima, Goyal Preeti. 2018. „Gen Y Attributes – Antecedents to Teaching Pedagogy”. *Vision* nr 22(1). 78–87.
- Katz Stephen. 2017. „Generation X: A Critical Sociological Perspective”. *Journal of the American Society on Aging* nr 41(3). 12–19.
- Kuźmicz Krzysztof, Chmielewska Aleksandra. 2024. „Potrzeby pokoleniowe a wybór mediów”. *Roczniki Nauk Społecznych* nr 52(3). 173–198.
- Matysiak Magda. 2018. Dlaczego tacy jesteśmy? Identyfikacja czynników kształtujących polskie pokolenia Y i Z. W: *Przedsiębiorczość i zarządzanie talentami. Wybrane zagadnienia*. Magdalena Grabowska, Karolina Kluth (red.). Płock. 147–161.
- Meikle Graham. 2016. *Social Media: Communication, Sharing, and Visibility*. New York.
- Nowacka Anna. 2022. Wpływ technologii cyfrowych na model doskonalenia kompetencji pokolenia Y. Uwarunkowania Covid-19. W: *Przedsiębiorczość i konkurencyjność w dobie transformacji cyfrowej*. Damian Dziembek, Leszek Ziara (red.). Częstochowa. 33–46.
- Ogonowska Agnieszka. 2016. „Ekranolatki między mediami. W stronę nowej psychologii mediów”. *Zeszyt Naukowy Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie* nr 40. 1–17.
- Orłowska Małgorzata, Bleszyńska Krystyna. 2020. „Edukacja a kompetencje cyfrowe seniora”. *Kultura – Społeczeństwo – Edukacja* nr 2(18). 143–164.
- Peszko Kamila. 2016. „Popularność mediów społecznościowych wśród różnych generacji”. *Marketing i Zarządzanie* nr 45(4). 361–370.
- Pluta-Olearnik Mirosława. 2025. „Granfluencer w świecie mediów społecznościowych – czynniki rozwoju zjawiska”. *Optimum. Economic Studies* nr 1(119). 309–326.
- Pons-Salvador Gemma, Zubieta-Méndez Xud, Frias-Navarro Dolores. 2022. „Parents’ digital competence in guiding and supervising young children’s use of the Internet”. *European Journal of Communication* nr 37(4). 443–459.

- Swift Catherine, Taylor Anne. 2003. „The digital divide – a new generation gap. Parental knowledge of their children's Internet use”. *Paediatrics & Child Health* nr 8(5). 275–278.
- Thangavel Packiaraj, Chandra Bibhas. 2024. „Digital Immigrants Versus Digital Natives: Decoding Their E-commerce Adoption Behavior”. *SAGE Open*. 1–19.
- Wojtoszek Katarzyna. 2023. „Zrozumieć pokolenie Z”. *Prace Naukowe WSZiP* nr 53(1). 173–178.
- Zielińska Maria, Szaban Dorota. 2011. Metodologiczne problemy w badaniach pokoleń. Wybrane zagadnienia. W: *Rocznik Lubuski. Zrozumieć społeczeństwo, zrozumieć pokolenia. Młodzież, młodość i pokoleniowość w analizach socjologicznych*. T. 38, cz. 2. Krystyna Szafraniec, Maria Zielińska (red.). Zielona Góra. 33–48.

Raporty z badań

- CBOS. 2024. Korzystanie z internetu w 2024 roku. Komunikat z badań nr 70/2024. Michał Feliksiak (oprac.). Warszawa. https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2024/K_070_24.PDF (dostęp: 20.04.2025).
- Drynko Agata. 2025. #NMInsights „Digital 2025: Poland”: Facebook ulubioną platformą społecznościową Polaków [RAPORT]. <https://nowymarketing.pl/nminights-raport-digital-2025-poland/> (dostęp: 20.04.2025).

Spis wykresów

- Wykres 1. Rok urodzenia badanych.
- Wykres 2. Platformy społecznościowe używane przez pokolenie cyfrowej luki.
- Wykres 3. Użytkowanie funkcjonalności Facebooka przez pokolenie cyfrowej luki.
- Wykres 4. Użytkowanie funkcjonalności TikToka przez pokolenie cyfrowej luki.

Streszczenie

W kontekście użytkowania mediów uwagę opinii publicznej, ale też naukowców skupiają głównie skrajne grupy wiekowe. Podmiotami zainteresowania badawczego są zatem tzw. *boomerzy* (1945–1969), pokolenie Z (1997–2010) i Alfa (2010 i wzwyż). Reprezentują oni skrajnie odmienne modele użytkowania mediów, poszukiwania i weryfikowania informacji czy wreszcie – relacji z nowymi technologiami. Skrajności są z reguły mocniej widoczne i z tego powodu wzbudzają zainteresowanie. W artykule zaproponowano przekierowanie uwagi na grupę, która wciąż pozostaje na marginesie debaty publicznej, czyli współczesnych 40–50 latków (urodzonych pomiędzy 1975 a 1989 rokiem), rodziców „zetek”, a dzieci *boomerów* oraz X. To oni stanowią interesującą grupę badawczą, która według badań pilotażowych odznacza się kompetencjami cyfrowymi nieprzystającymi do swojego obecnego wieku, lecz przede wszystkim do wieku pierwszego kontaktu z nowymi technologiami. Wyniki obserwacji i badania ankietowego obnażają cechy tego pokolenia, wskazując, że można je określić mianem „pokolenia cyfrowej luki” (*digital gap gen*).

Digital competencies and relationships with new technologies among parents of Gen Z: A contribution to research on the digital gap generation

Abstract

In the context of media use, the attention of both the public and researchers is focused mainly on the extreme age groups. Research interest therefore tends to centre on so-called boomers (1945–1969), Generation Z (1997–2010), and Generation Alpha (2010 and later). These cohorts represent markedly different patterns of media use, information seeking and verification, and relationships with new technologies. Extremes are usually more visible and therefore attract greater interest. This article proposes shifting attention to a group that remains largely on the margins of public debate: today's 40–50-year-olds (born between 1975 and 1989), the parents of Generation Z and the children of baby boomers and Generation X. According to a pilot study, this cohort displays digital competencies that do not correspond to their current age—above all, to the age at which they first encountered new technologies. The observations and survey results highlight the distinctive features of this generation, suggesting that it can be described as the “digital gap generation.”

Słowa kluczowe: media społecznościowe, generacje, użytkowanie mediów, pokolenie cyfrowej luki

Keywords: social media, generations, media usage habits, digital gap generation

Karina Czepiec-Veltzé – dr, badaczka, edukatorka, przedsiębiorczyni. Była pracowniczka Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. W swojej pracy badawczej skupia się na cyfrowych praktykach komunikacyjnych użytkowników mediów społecznościowych oraz jakościowej metodologii badań medioznawczych.