

Pregledni rad
316.776:616-036.21

Ivana STANIĆ (Osijek)

University North

ivana.stanic@obz.hr; i.stanic@unin.hr

Silvija HINEK (Đakovo)

Home for the elderly and infirm Đakovo

silvija.hinek@gmail.com

UČINCI NOVIH ALATA TIJEKOM PANDEMIJE COVID-19

Danas se u svijetu osjećaju globalne posljedice na društvenoj, gospodarskoj, sociološkoj, kulturološkoj, znanstvenoj te obrazovnoj sferi uzrokovane pandemijom COVID-19. Upravo zbog toga komunikacijski proces proživljava promjene, a novi alati postaju primat komunikacije. Ovim radom predstavlja se značaj i funkcionalnost alata u svakodnevnom radu i životu od generacije X do generacije Z. Postavljene hipoteze potvrđuju da IKT alati postaju jedan od ključnih čimbenika uspješne komunikacije. Rezultati predstavljeni u radu se ogledaju kroz primjenu komunikacijskih alata za vrijeme COVID-19 te potvrđuju rapidan razvoj alata i ovisnost o njihovoj primjeni za uspješno komuniciranje i funkcioniranje u svim sferama života.

Ključne riječi: pandemija COVID-19, novi alati, kompetencije komunikacije, generacije

1. UVOD

U današnje smo vrijeme okruženi brojnim digitalnim tehnologijama koje se odražavaju na sve sfere čovjekova života. Njihova uporaba postaje sveobuhvatna te mijenja poimanje dosadašnjeg funkcioniranja svijeta. Istraživanja su pokazala da je komunikacija najznačajnija osobina današnjeg doba te je neizostavna za odvijanje svih životnih procesa (pa i sur., 2012). Iako ne postoji jednoznačni odgovor što je uistinu komunikacija, mnogi autori promatraju ju ili kao proces ili kao stvaranje značenja ili kao prijenos određene informacije ili poruke, a vrlo često i kao kombinaciju dvaju pogleda, ili čak kao sve troje zajedno (Čerepinko, 2011). Komuniciranje je jedan od temeljnih preduvjeta funkcioniranja, razvoja, ali i opstanka ljudskog društva (Skoko,

2004). Uporabom digitalnih tehnologija javljaju se novi modeli komuniciranja, koji zahtijevaju nove kompetencije te uporabu novih znanja i vještina.

Razvijene kompetencije podrazumijevaju adekvatno modelirano te moralno ponašanje pojedinca u užem i širem socijalnom kontekstu oplemenjenim suvremenom informacijsko-komunikacijskom tehnologijom (IKT) (Vrkić-Dimić, 2014). Kompleksan konstrukt aktualnih kompetencija temelji se na produktivnim općim i specifičnim znanjima koje osoba uspješno primjenjuje u svakodnevnom i profesionalnom životu (Vrkić-Dimić, 2014). Europska komisija propisala je osam ključnih kompetencija koje bi svaki europski građanin trebao posjedovati kako bi mogao aktivno sudjelovati u društvu. Navedene kompetencije uključuju: sposobnost komuniciranja na materinskom i stranim jezicima, izgrađene temeljne kompetencije iz matematike, prirodnih nauka i tehnologije, digitalne kompetencije, interpersonalne te interkulturalne vještine (EUR-Lex, 2006). Nadalje, kao središnji element u mnogim modelima kompetencija uočava se informacijska pismenost. Navedeno prikazuje Slika 1, gdje su čitanje, pisanje i računalne vještine osnova, a slijede ih IKT vještine. Iznad njih, nalazi se informacijska pismenost koja uključuje definiranje i artikuliranje informacijskih potreba, lociranje i pristup informacijama, procjenjivanje, organiziranje i uporaba informacija te komuniciranje i etičku uporabu informacija. Navedeni poredak vrijedi u svakom društvu, bez obzira na socio-ekonomski razvoj (Catts i Lau, 2008).

Slika 1. Konstelacija komunikacijskih vještina

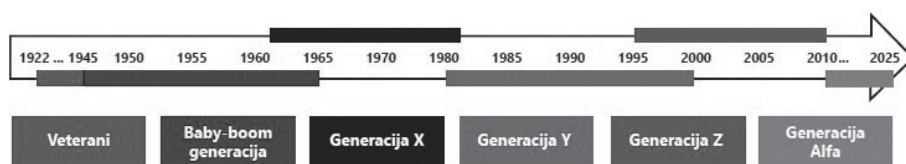


Izvor: Catts i Lau, 2008, str.18.

Nužne kompetencije ovise o kontekstu, ali i vremenu te da ono što u jednom trenutku čini zadovoljavajuću razinu određenih vještina i kompetencija odgovarajućih u konkretnom kontekstu, u budućnosti se može promijeniti (Vrkić-Dimić, 2014). Nove okolnosti mogu zahtijevati novu razinu određene sposobnosti te promijeniti opis potrebnih kompetencija (Catts i Lau, 2008). Upravo to se dogodilo kada je svijet zahvatila pandemija koronavirusa, a vještine informacijske pismenosti postale su izuzetno važne za svakodnevno funkcioniranje i komuniciranje, obrazovanje i poslovanje. Svijet je suočen s potrebom korištenja i ovladavanja novim tehnologijama rada na daljinu, ali i za posjedovanjem odgovarajućih uređaja i programa za online rad (Ajduković, 2020). Ipak, prema nekim autorima, digitalne kompetencije nisu neka zasebna vrsta kompetencija, već su odraz vremena u kojem živimo (Mehić i Hadžić, 2020), a odražavaju se na sve vrste komunikacija među svim generacijama, a osobito generacijama Z i Alfa.

Nove tehnologije mijenjaju pristup informacijama i time snažno utječu na smjer i sadržaj socijalizacije mladih (Potočnik, 2007). Pojedini autori ističu kako je današnja generacija mladih toliko „uronjena“ u medijski okoliš i virtualne svjetove umreženih i digitalnih tehnologija da ju to čini bitno drugačijom od svih prethodnih generacija (Nikodem i sur., 2014). Sukladno tome, mogu se razlikovati: „Veterani“, „Baby-boom generacija“, „Generacija X“, „Generacija Y“, „Generacija Z“ te najnovija „Generacija Alfa“, što je vidljivo na Slici 2.

Slika 2. Prikaz vremenske linije po generacijama



Izvor: Kralj, 2014.

U generaciju X pripadaju osobe rođene između 1960–1980. godine (Bejtkovský, 2016). Nazivaju se još i Latchkey generacija čije ime dolazi od američkog izraza *latchkey kid*, što je obilježje za djecu koja iz škole dolaze u praznu kuću/stan, zato što su im roditelji na poslu, a oni su sami bez roditeljskog nadzora (bejt, 2013). Obilježje X generacije je snalažljivost i neovisnost. Sposobni su za tehnologiju pokušavajući sintetizirati različite informacije kako bi stekli znanje i razumijevanje (Bejtkovský, 2016). Naučili su komunicirati u realnom svijetu, bez digitalnih tehnologija (Kralj, 2014). Nadalje, njihovi nasljednici pripadnici su generacije Y, digitalne generacije ili milenijum generacije rođeni između 1980–1995. godine. Generacija Y prva je „globalna“ generacija, a njezini pripadnici imaju slične karakteristike bez obzira na zemlju podrijetla (Bejtkovský, 2016). Umreženi su i aktivni 24 h dnevno te imaju pozitivne stavove prema promjenama (Jones i Shao, 2016). Generacija Y prva je odrasla uz tehnologiju, a vrhunac u primjeni IKT dosegli su u adolescenciji kada su, prema istraživanjima, gotovo svi koristili kompjuter (Vidaković, 2013). Osobe koje su odrasle s tehnologijom različito procesiraju informacije te razvijaju hipertekstualne načine mišljenja i imaju tendenciju da skaču s teme na temu (Vidaković, 2013). Slijedeća, generacija Z odrasla je u izobilju tehničkih naprava povezanih s internetom, virtualnom stvarnosti te različitim izvorima informacija kao što je Google te društvene mreže (Velički i sur., 2017). Rođeni su između 1995. i 2010. godine, odrasli su s bežičnom

tehnologijom, inovativni su i kreativni te žele utjecati na društvo (Bejtkovský, 2016). Počinju učiti od najranije dobi jer su im informacije posvuda dostupne, a međusobno najbolje komuniciraju internetom (Kralj, 2014). Njihovi nasljednici su generacija Alfa koja obuhvaća populaciju rođenu od 2010. do 2025. godine. Poznati su i kao iGeneracija. Obilježja ove generacija ogleda se u digitalnom okruženju u kojem su rođeni. Tehnologija je dio njihove svakodnevice, a „biti povezan“ je glavno obilježje njihova odrastanja. Smatra se da posjeduju sofisticirano znanje i vještine korištenja digitalnih tehnologija koje se posebno razlikuju od prijašnjih generacija. Te razlike najviše dolaze do izražaja u obrazovnim očekivanjima i iskustvima (Tootell i sur., 2014).

Sukladno navedenom prikazu, može se uočiti koliko su velike promjene među generacijama, te koji su mogući izazovi u socijalizaciji, razvijanju kreativnosti i prepoznavanju talenata kod današnjih generacija. Kao mogući način postizanja promjene, ogleda se u važnosti novih, kreativnih alata koji će utjecati na komunikacijski aspekt i prepoznavanje talenata kod novih generacija. Naime, kontinuirano unaprjeđivanje i proširivanje komunikacijskih kompetencija utječe na promjene i nadogradnju različitih individualnih navika, stavova, vrijednosti i vjerovanja. Novonastale promjene mogu biti vidljive u procesu komunikacije, društveno prihvatljivim ponašanjima, te vlastitim potrebama, interesima i željama pojedinca. Na taj način izgrađuje se pozitivno i poticajno ozračje koje utječe na osobni razvoj sudionika komunikacijskog procesa (Rogulj, 2019).

Cilj je ovoga rada, stoga, ukazati na važnost razvoja kompetencije komunikacije kod generacije X i Y uz primjenu novih alata. Postavljene su slijedeće hipoteze:

Hipoteza 1. Generacija X i Y prepoznaje važnost primjene novih alata za poboljšanje kompetencija komunikacije s generacijom Z i Alfa tijekom pandemije COVID-19.

Hipoteza 2. Educiranje generacije X i Y doprinosi njihovoj motiviranosti za primjenu novih alata u komunikaciji s generacijom Z i Alfa tijekom pandemije COVID-19.

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

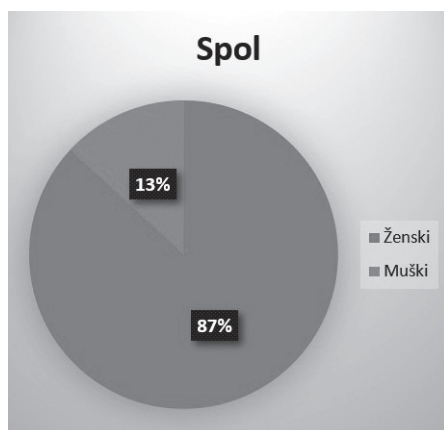
Kako bi se dobili kvalitetniji i jednoobrazniji rezultati, čime su se ujedno potvrdile navedene hipoteze ovog istraživanja pristupilo se kvantitativnom istraživanju. Znanstvene činjenice koje su istražile i kojima su se obradile primjene novih alata tijekom pandemije COVID-19 su metodom deskripcije, dedukcije, indukcije, anketiranja, analize i sinteza. Postupak prikupljanja podataka proveden je anonimnim anketnim upitnikom te su se podaci analizirali

kako bi se utvrdio značaj edukacije generacije X i Y kao i važnost primjene novih alata u procesu komunikacije tijekom pandemije COVID-19. Prilikom provedbe istraživanja poštivala su se temeljna načela istraživačke etike, a ispitanicima su prethodno objašnjeni cilj i svrha istraživanja. Rezultati su obrađeni kroz statistički program IBM SPSS Statistics te se njima postavio temelj za teorijski koncept rada.

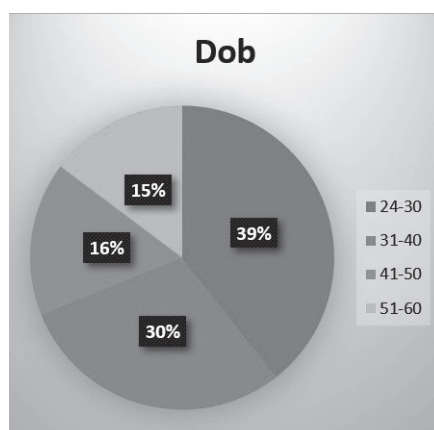
3. REZULTATI I RASPRAVA

U grafovima 1–4. vidljivo je da je u istraživanju sudjelovao 61 ispitanik. 53 osobe bile su ženskog spola (86,9%), dok je 8 bilo muškog spola (13,1%). Najmlađi ispitanik imao je 24, a najstariji 58 godina, dok je prosječna dob ispitanika bila 36,2 godine. Broj ispitanika od 24 do 30 godina bio je 24 (39,3%), u rasponu od 31 do 40 bilo ih je 18 (29,5%), od 41 do 50 bilo je 10 ispitanika (16,4%), dok je u posljednjoj kategoriji od 51 do 60 bilo 9 ispitanika (14,8%). Nadalje, u istraživanju je sudjelovalo petero (8,2%) ispitanika sa završenom srednjom školom, sedmero (11,5%) s VSS, 44 (72,1 %) ispitanika imali su VSS, dvoje (3,3%) mr sc, jedan (1,6%) dr sc. te jedna (1,6%) osoba nije dala odgovor. Što se tiče godina radnog iskustva 29 (47,5%) ispitanika imalo je od 0 do 10 godina radnog iskustva, 18 (29,5%) ispitanika imali su 11–20 godina radnog iskustva, 7 (11,5%) ispitanika imali su 21–30 godina radnog iskustva, četvero (6,5%) ispitanika imalo je 31–40 godina radnog iskustva, te tri ispitanika (5%) nisu dali odgovor na ovo pitanje. Prosjek godina radnog iskustva bio je 11 godina.

Graf 1. Spol ispitanika



Graf 2. Dob ispitanika



Graf 3. Obrazovanje ispitanika



Graf 4. Godine radnog iskustva ispitanika



U tablici 5. prikazani su rezultati evaluacije edukacije primjene novih alata za generaciju X i Y. Na Likertovoj skali od 1 do 4 ocjenjivali su njezin doprinos za njih, pri čemu je 1 označavalo da se uopće ne slažu s navedenom tvrdnjom, a 4 da se u potpunosti slažu. Rezultati prikazuju da se velika većina ispitanika uglavnom ili u potpunosti slaže da su ispunjena njihova očekivanja ($M = 3,79$; $Sd = 0,413$), zadovoljene njihove potrebe za stručnim usavršavanjem ($M = 3,75$; $Sd = 0,505$) te realizirani svi iskazani ciljevi i ishodi ($M = 3,85$; $Sd = 0,358$). Nadalje, većina ispitanika prepoznaje mogućnost primjene ponuđenih alata ($M = 3,82$; $Sd = 0,388$) te korist za svoj osobni razvoj u svakodnevici ($M = 3,92$; $Sd = 0,277$). Većina ispitanika navodi da je saznala više o involviranju digitalnih programa za učenje novih vještina ($M = 3,84$; $Sd = 0,416$), shvaća ulogu korištenja novih alata za poticanje sveobuhvatnog razvoja djece ($M = 3,93$; $Sd = 0,250$) te za društvo i zajednicu u kojoj živi ($M = 3,90$; $Sd = 0,300$). Naposljetku, većina ispitanika ($M = 3,82$; $Sd = 0,388$) motivirana je za primjenu novih alata u svom radu i svakodnevnom funkcioniranju.

TABLICA 5. PRIKAZ EVALUACIJE EDUKACIJE UČENJA NOVIH ALATA ZA GENERACIJU X I Y

	<i>N</i>	<i>Mini- mum</i>	<i>Maxi- mum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. De- viation</i>
<i>Moja očekivanja su ispunjena.</i>	61	3	4	3,79	,413
<i>Zadovoljene su moje potrebe za stručnim usavršavanjem.</i>	61	2	4	3,75	,505
<i>Realizirani su svi iskazani ciljevi i ishodi.</i>	61	3	4	3,85	,358
<i>Omogućuje primjenu kroz ponuđene alate.</i>	61	3	4	3,82	,388
<i>Koristan je za moj osobni razvoj u svakodnevici.</i>	61	3	4	3,92	,277
<i>Saznao/la sam više o involviranju digitalnih programa za učenje novih vještina.</i>	61	2	4	3,84	,416
<i>Prepoznajem važnost ranog otkrivanja talenta djeteta i njegovu ulogu u razvijanju slike o sebi.</i>	61	3	4	3,90	,300
<i>Shvaćam ulogu korištenja novih alata za poticanje cjelovitog i sveobuhvatnog razvoja djece.</i>	61	3	4	3,93	,250
<i>Shvaćam ulogu primjene novih alata za društvo i zajednicu u kojoj živim.</i>	61	3	4	3,90	,300
<i>Motiviran sam za primjenu novih alata u svom radu i svakodnevnom funkcioniranju.</i>	61	3	4	3,82	,388
Valid N (listwise)	61				

Iz prikazanih rezultata vidljivo je da su ispitanici, koji su pripadnici generacije X i Y, prepoznali važnost primjene novih alata, ne samo za svoj osobni razvoj i usavršavanje, već i za društvo i zajednicu u kojoj žive. Time autorice potvrđuju prvu hipotezu. Nadalje, slaganje većine ispitanika s posljednjom česticom primijenjenog upitnika upućuje na potvrdu druge postavljene hipoteze, odnosno potvrđena je pretpostavka da educiranje generacije X i Y doprinosi njihovoj motiviranosti za primjenu novih alata u komunikaciji s generacijom Z i Alfa tijekom pandemije COVID-19. Za vrijeme pandemije koronavirusa, a osobito za vrijeme potpunog *lockdown-a* digitalna komunikacija bila je jedini način komunikacije u svim sferama ljudskog življenja. Poslovni sastanci, nastava, prezentacije, kulturni programi, sportski sadržaji i drugo prikazivani su isključivo online, putem Zoom-a, Microsoft Teams-a, TV programa te društvenih mreža. Dok je generaciji Z i Alfa uobičajeni način komuniciranja online komunikacija putem informacijsko komunikacijskih tehnologija, starije generacije prisiljene su primjenjivati nove alate, kako bi mogle sudjelovati u svim sferama svog društvenog i profesionalnog života te ostvariti uspješnu komunikaciju s mlađim generacijama. Primjerice, online nastava otvorila je pitanje važnosti reforme nastavnih planova i programa te redefiniranja ishoda učenja i ciljeva nastavnog procesa. Nužno je prilagoditi načine podučavanja kroz primjenu informatičkih alata i tehnoloških postignuća (Mehić i Hadžić, 2020). Nadalje, u poslovnom svijetu prepoznaje se važnost tzv. virtualnih timova, gdje su članovi tima geografski udaljeni, nemaju direktan kontakt licem u lice te međusobno surađuju putem informacijsko komunikacijskih tehnologija u cilju postizanja zajedničkih ciljeva (Jokanović i sur., 2020).

U današnje vrijeme, nužno je razvijanje informatičke i informacijske pismenosti, budući da su te vještine usko povezane sa sustavom širih kompetencija (komunikacijske kompetencije, kompetencije za timski rad i suradnju, kreativno i kritičko mišljenje, rješavanje problema, mrežno povezivanje, kompetencije za profesionalno i cjeloživotno učenje i sl.) (Vrkić Dimić, 2014). Naime, informatička pismenost može se promatrati kao sociotehnički fenomen usmjeren na kompetencije (Rogulj, 2019). Važnost ovog istraživanja je ukazati da generacija X i Y prepoznaje važnost primjene novih alata, koji, iako su do sada bili dostupni, nisu bili prijeko potrebni za svakodnevno funkcioniranje. Upravo iz tog razloga, možemo zaključiti da je u današnje vrijeme, u trenutnom kontekstu u kojem se nalazimo, primjena novih alata prijeko potrebna za učenje kompetencije komunikacije, budući da je interpersonalna komunikacija, odnosno komunikacija licem u lice, dalekosežno ograničena.

4. ZAKLJUČAK

Komunikacijske vještine doživjele su revoluciju razvoja od generacije X do generacije Z ili danas Alfa. Međutim razvoj i fenomen uspješne komunikacije tijekom pandemije COVID-19 možemo nazvati periodom kojim se kroz sve generacije ukazalo na značaj i često jedini oblik komuniciranja tijekom pandemije COVID-19. Daljnjim teorijskim prikazom ukazano je na novi alate kojima se omogućuje virtualna komunikacija kroz razine te se postiže fenomen uspješnog komuniciranja čije posljedice omogućuju daljnji rast i razvoj. Unatoč generacijskoj neusklađenosti u odnosu na uporabu novih alata profesionalna i osobna razina komuniciranja pojedinca poprimila je neizostavni faktor življenja tijekom pandemije COVID-19. Istraživanjem je obuhvaćen jedan dio primjene alata. Međutim razvidno je upućivanje na daljnja istraživanja usmjeravajući se na važnost prepoznavanja primjene novih alata, njihovih revidiranih inačica kojima će biti ispitati posljedice i prednosti koje će se odraziti na društvo. Generacijska neusklađenost kroz kompetencije komunikacije ukazuju na nedostatnu educiranost generacije X,Y te potrebu za cjeloživotnim obrazovanjem i afirmiranjem generacija za suživot tijekom pandemije COVID-19.

LITERATURA:

- Ajduković, M. (2020). „Supervizija „na daljinu“ u vrijeme COVID-19 krize: Hrvatska perspektiva“. *Ljetopis socijalnog rada*, sv. 27, br. 1, 7–30.
- Bejtkovský, J. (2016). „The current generations: the baby boomers, X, Y and Z in the context of human capital management of the 21st century in selected corporations in the Czech Republic“. *Littera scripta*, sv. 9, br. 2, 25–46.
- Catts, R. & Lau, J. (2008). *Towards Information Literacy Indicators*. Paris: UNESCO.
- Čerepinko, D. (2011). *Komunikologija: kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa*. Varaždin: Veleučilište u Varaždinu.
- EUR-Lex (2006): Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning, 10-18. Dostupno na:
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=celex%3A32006H0962>
- Jakanović, B., et.al. (2020). Komunikacija u virtualnim timovima. XXVI Skup trendovi razvoja: „Inovacije u modernom obrazovanju“, Kopaonik, 16–19. 2. 2020.

- Jones, C. & Shao, B. (2016). The net generation and digital natives: implications for higher education. York: Higher Education Academy.
- Kralj, L. (2014). Sigurnost djece na internetu. OŠ Veliki Bukovec.
- Kraljević, R. et. al. (2012). „New dimensions of communication: advantages and obstacles in using the Internet for students“. *Logopedija*, sv. 3, br.1, 19–25.
- Mehić, A. & Hadžić, N. (2020). „Online nastava-nastava budućnosti“. *Acta geographica Bosniae et Herzegovinae*, br. 13, 83–101.
- Nikodem, K., et. al. (2014). „Internet i svakodnevne obaveze djece“. *Socijalna ekologija*, sv. 23, br. 3, 211–235.
- Potočnik, D. (2007). Mladi i nove tehnologije, u: V. Ilišin, F., Radin (ur.) Mladi: problem ili resurs. IDIZ, str. 105–136.
- Rogulj, E. (2019). *Digitalne tehnologije u komunikaciji odgojitelja i roditelja*, Doktorski rad, Filozofski fakultet Zagreb.
- Skoko, B. (2004). „Odnosi s javnošću kao doprinos demokratizaciji i profesionalizaciji procesa javnog komuniciranja“. *Politička misao*, sv. 41, br. 1, 92–101.
- Tootell, H., et. al. (2014). „Generation Alpha at the Intersection of Technology, Play and Motivation“. 47th Hawaii International Conference on System Sciences, Waikoloa, 82–90.
- Velički, D., et. al. (2017). „The Net generation, the Internet, and political communication and participation“. *Croatian journal of education*, sv. 19, br. 1, 237–266.
- Vidaković, M. (2013). Net generacija i e-učenje: suvremena obrazovna revolucija, u: D. Valić-Nedeljković, D. Pralica (ur.) Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promjene. Medijska istraživanja, str. 255–265.
- Vrkić Dimić, J. (2014). „Komunikacije učenika i nastavnika za 21. stoljeće“. *Acta Iadertina*, br. 10, 49–60.

Ivana STANIĆ & Silvija HINEK

EFFECTS OF NEW TOOLS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

The world today feels global consequences caused by the COVID-19 pandemic on the social, economic, sociological, cultural, scientific and educational level. That is why the communication process is undergoing changes, and the new tools become the primary means of communication. This paper presents the importance and functionality of tools in day-to-day work and life from generation X to generation Z. The set hypotheses confirm that ICT tools are becoming one of the key factors of successful communication. The results presented in this paper are reflected in the application of communication tools during COVID-19 pandemic and confirm the rapid development of such tools and the dependence of successful communication and functioning in all spheres of life on their application.

Keywords: *COVID-19 pandemic, new tools, communication competences, generations*