

## ROZWÓJ KOMPETENCJI PRZEDSTAWICIELI RÓŻNYCH POKOLEŃ NA RYNKU USŁUG EDUKACYJNYCH I SZKOLENIOWYCH

Sylwia Gutowska

Wydział Nauk Społecznych, Uniwersytet Wrocławski  
ul. Koszarowa 3, 51-149 Wrocław, Polska  
E-mail: sm.gutowska@gmail.com

### ABSTRAKT

**Cel badań.** Celem artykułu jest przedstawienie najistotniejszych różnic pomiędzy przedstawicielami różnych pokoleń w zakresie wartości i oczekiwań związanych z miejscem pracy. W ramach niniejszego opracowania zaprezentowane zostaną metody budowania wiedzy i kompetencji. Wskazane zostaną również najnowsze trendy oraz konkretne narzędzia, po jakie można sięgać w procesie kształcenia, by uczynić go maksymalnie wydajnym.

**Metoda.** Na potrzeby artykułu dokonano przeglądu literatury przedmiotu oraz analizy wybranych narzędzi budowania kompetencji, z perspektywy ich funkcjonalności oraz adekwatności dla przedstawicieli różnych pokoleń.

**Wyniki.** Przeprowadzone analizy wskazują, że poszczególne pokolenia różnią się pomiędzy sobą w zakresie wartości, oczekiwań i celów życiowych, sposobów komunikacji, czy metod pozyskiwania wiedzy o otaczającym świecie. Stąd też niezbędne jest wykorzystywanie w procesie edukacji narzędzi i metod dostosowanych do przedstawicieli różnych generacji. W ramach artykułu wskazane zostały przykładowe metody i narzędzia, które mogą stanowić realne wsparcie w procesie budowania kompetencji.

**Wnioski.** Przed systemem edukacji, zarówno oświatowym, jak i tym związanym z rynkiem usług szkoleniowych, staje ogromne wyzwanie, polegające na konieczności sprostania różnicom pokoleniowym. O ile tradycyjne formy nauczania były efektywne jeszcze kilkanaście lat temu, tak teraz ich potencjalny odbiorca, żyjący w zgoła innym otoczeniu społecznym, uzna je nie tylko za mało atrakcyjne, ale również za mało skuteczne.

**Słowa kluczowe:** generacje, metody nauczania, rozwój kompetencji, pracownicy w organizacji

**Development of the competences of representatives of different generations in the market of education and training services**

### ABSTRACT

**Aim.** The article presents the most important differences between particular generations, their values and expectations related to the workplace. It also describes meth-



ods of increasing knowledge, and the latest trends and specific tools which can be used in the education process to make it as efficient as possible.

**Method.** For this article, a review of the literature and analysis of selected tools for increasing competences was made from the perspective of their functionality and adequacy for different generations.

**Results.** Different generations are diametrically different in a range of values, expectations and life goals, methods of communication or methods of acquiring knowledge about the surrounding world. Therefore, in the education process it is necessary to use tools and methods adapted to representatives of each generation. The article provides examples of methods and tools which can be a real support in the process of increasing competences.

**Conclusions.** A huge challenge faces the education system, both in school and related to the training services market. While traditional forms of teaching were effective in the past, now their potential recipient, living in a completely different social environment, will find them not only unattractive, but also not very effective.

**Key words:** generations, teaching methods, competence development, employees in the organization

#### RÓŻNICE POMIĘDZY POKOLENIAMI A POSTAWY WOBEC MIEJSCA PRACY

Heraklit z Efezu – żyjący na przełomie V i VI w. p.n.e. filozof grecki miał powiedzieć „Tych, którzy wstępują do tych samych rzek, coraz to inne zalewają wody” (Heraklit z Efezu, 2005, s. 16), co współcześnie sprowadza się do stwierdzenia „wszystko płynie”. Owa zasada wariabelizmu towarzyszy wielu nurtom filozoficznym. Obecna jest w życiu człowieka od zawsze, ale współcześnie zyskuje szczególne znaczenie. Postępująca globalizacja, homogenizacja kultur, mobilność, zmiany ról i relacji społecznych, rozwój nowych technologii, to tylko niektóre z rozlicznych czynników zmian, jakim podlega współczesny człowiek. Wpływa to na wszystkie dziedziny jego życia, zarówno sferę prywatną, jak i zawodową. W tym ostatnim obszarze zmienia się model pracy jako taki, postawy, oczekiwania wobec pracownika i pracodawcy. Jest to tym bardziej widoczne, gdy weźmie się pod uwagę poszczególne generacje i ich specyfikę. Wspominając o generacjach, w tym miejscu i w dalszej części niniejszego opracowania, posługiwać się będę definicją zaczerpniętą ze *Słownika socjologicznego*, która wskazuje, że jest to: „z reguły dość płynna zbiorowość jednostek przynależących do kategorii wiekowej osób urodzonych mniej więcej w tym samym czasie, często mających więc podobne doświadczenia historyczne, np. «pokolenie Kolumbów». Przedstawiciele pokolenia wykazują, na gruncie podobnych doświadczeń historycznych, pewne cechy wspólne w sposobie działania, ideologii itp.” (Olechnicki, Załęcki, 1999, s. 69).

Rok urodzenia stanowi pierwotny, kluczowy i zarazem najprostszy czynnik determinujący przypisanie do określonego pokolenia. Od jakiegoś czasu, wraz ze zmianami zachodzącymi w społeczeństwie, oprócz kryteriów demograficznych do wyodrębnienia pokoleń stosuje się kryteria behawioralne, opisujące zachowania, a także kryteria ekonomiczne związane z posiadanym statusem materialnym. (Murzyn, Nogiej, 2015). Jak wskazuje Chip Espinoza: „wszyscy ludzie przejawiają te same podsta-

wowe potrzeby i pragnienia, ale nie brakuje też istotnych wartości, postaw i zachowań, które są charakterystyczne wyłącznie dla określonych pokoleń” (Espinoza, 2016, s. 44). I rzeczywiście, gdyby prześledzić rolę, znaczenie i wartość, jaką przedstawiciele różnych pokoleń przypisują miejscu pracy – można dostrzec dość istotne różnice. Określone generacje przejawiają pewne charakterystyczne dla pokolenia tendencje, które dodatkowo odróżniają je od poprzedników i następców. Tendencje te zostaną opisane w dalszej części niniejszego opracowania.

Wśród autorów występują pewne rozbieżności w zakresie definiowania poszczególnych generacji. Na potrzeby niniejszego opracowania sięgnęłam po klasyfikację pokoleń wykorzystaną w książce *Pokolenia - co się zmienia? Kompendium zarządzania multigeneracyjnego*. Zgodnie z obserwacjami autorki rozdziału poświęconego tejże typologii (Wiktorowicz, Warwas, 2016) - współcześnie na rynku pracy aktywne są 4 pokolenia: *baby boomers*, pokolenie X, pokolenie Y oraz pokolenie Z (pokolenie C), których następowanie po sobie zbiega się z ważnymi wydarzeniami historycznymi i zmianami społecznymi.

*Baby boomers* to generacja osób urodzonych bezpośrednio po zakończeniu II wojny światowej. Ramy czasowe narodzin tego pokolenia wyznaczają lata 1946-1964. W Polsce do niedawna właśnie to pokolenie przeważało na rynku pracy, aktualnie jednak te proporcje się zmieniają, a część przedstawicieli tej generacji decyduje się na wcześniejsze przejście na emeryturę i stają się nieaktywni zawodowo. *Baby boomers* bardzo cenią sobie stabilność zatrudnienia, co znajduje odzwierciedlenie w tym, że właśnie ich pokolenie najliczniej pracują w sektorze publicznym. Biorąc pod uwagę realia, w jakich wzrastali – najpierw czasy socjalizmu i gospodarki centralnie planowanej, a następnie transformacji ustrojowej i kształtowania gospodarki wolnorynkowej – pracę traktują jako obowiązek, a etos pracy jest w nich silnie zakorzeniony. Główną motywacją jest dla nich wynagrodzenie, które zapewnia im poczucie bezpieczeństwa, zachwiane w czasach ich młodości. Są lojalni, zdyscyplinowani, przyzwyczajeni do struktur hierarchicznych, szanują przełożonych. Dysponują wiedzą techniczną i praktyczną, natomiast są słabiej, niż kolejne pokolenia, zaznajomieni z technologiami informatycznymi (Wiktorowicz, Warwas, 2016).

Pokolenie X to osoby urodzone w okresie 1965-1979 – świadkowie kryzysu lat 70. XX wieku – upadku muru berlińskiego, transformacji systemowej w Polsce, pracy „na Zachodzie” i sprowadzania stamtąd towarów, traktowanych jako synonim luksusu i nowoczesności. To pokolenie osób, dla których praca jest bardzo istotnym elementem życia, warunkującym osiągnięcie sukcesu w życiu, o ile będzie się pracować wystarczająco ciężko. W imię polepszenia swojego statusu są gotowi do poświęceń i otwarcia na nadgodziny. Bardziej cenią sobie awans pionowy niż poziomy, a poczucie stabilności i bezpieczeństwa, podobnie jak dla ich poprzedników, ma dla nich ogromne znaczenie. Pokolenie X to ludzie pragmatyczni i przedsiębiorczy, realizujący swoje obowiązki w sposób rzetelny i solidny. Nie są jednak wielozadaniowcami. Wyznaczanie i delegowanie zadań traktują jako podstawę relacji pracowniczych. Oczekują jasnych, wymiernych celów, ale cenią sobie samodzielność i autonomię w ich realizacji. Dobrze odnajdują się we współpracy bezpośredniej i kontaktach twarzą w twarz. Choć oparli na sobie technologie informatyczne – preferują kalendarze książkowe i archiwizowanie dokumentów w tradycyjny sposób (Wiktorowicz, Warwas, 2016).

Pokolenie Y skupia osoby urodzone w latach 1980-1989. To pierwsza z generacji, która dorastała w wolnej Polsce, miała możliwość swobodnego przemieszczania się poza granice kraju, dostęp do nowoczesnych technologii. Wzrastała w okresie rozwoju serwisów typu YouTube, aplikacji typu Skype czy portali społecznościowych. Stąd też to najbardziej jednorodna grupa, spośród wszystkich dotychczasowych generacji, pod względem podatności na mody, trendy jak wskazuje Ch. Espinoza: „wystarczy jeden wpis na blogu i kilka dni, by *milenials* zdołał podbić serca i umysły grupy dorównującej liczebnością populacji jakiegoś niewielkiego kraju” (Espinoza, 2016, s. 49), ale też grupa niespotykana dotychczas zróżnicowana pod kątem koloru skóry i kwestii etnicznych. Pokolenie Y to osoby nastawione na „ja” i „moje”, które źle znoszą krytykę i negatywne opinie. Są kreatywne i innowacyjne, co może generować trudności w realizacji uporządkowanych i mechanicznych procesów. Z racji mnogości i różnorodności bodźców docierających do nich od najmłodszych lat, opanowali umiejętność funkcjonowania w warunkach silnej stymulacji i bez trudu są w stanie realizować wiele zadań jednocześnie. Nie lubią monotonii i nudy, cenią sobie elastyczne godziny pracy i różnorodność obowiązków, stąd też często jako miejsce pracy wybierają duże korporacje, również te o zasięgu międzynarodowym (Waśko, 2016). Jeśli aktualna praca nie zapewnia im wymienionych wyżej elementów – po prostu szukają innego pracodawcy. Są mobilni zawodowo, z łatwością adaptują się do nowych warunków. Uznają autorytety nie ze względu na stanowisko, ale na posiadane kompetencje (Wiktorowicz, Warwas, 2016). To grupa przyzwyczajona do aprobaty otrzymywanej w świecie wirtualnym, która tego samego oczekuje w miejscu pracy, co może być postrzegane jako roszczeniowa postawa (Espinoza, 2016). Nie przywiązują wagi do konwenansów, *dress code’u*, formalnego języka i wyglądu fizycznego. Oczekują płaskiej struktury, menadżerów z edukacyjnym podejściem, którzy są nastawieni na współpracę, bliskość relacji i otwartość na dyskusję (Wiktorowicz, Warwas, 2016). Jako „cyfrowi tubylcy” są bardziej zaawansowani technologicznie i lepiej wyedukowani niż ich poprzednicy, szczególnie, że żyją w okresie dynamicznego postępu i przełomowych odkryć (Espinoza, 2016). Tworzą społeczności w Internecie i komunikują się w ten sposób. Wykorzystują wewnętrzne *czaty* i społeczności pracowników dla tworzenia siatek kontaktów (Wiktorowicz, Warwas, 2016). To również pierwsze pokolenie, dla którego istotna jest równowaga pomiędzy pracą, a życiem prywatnym, które chce samodzielnie układać swój grafik tak, by zajmować się pracą dokładnie wtedy, gdy mają na to ochotę. Zasada *work-life balance* wpisuje się w ich życie, a pracę traktują zdecydowanie bardziej instrumentalnie niż ich poprzednicy. Ma ona być jedynie środkiem do osiągnięcia wyższych celów, nie zaś wartością autoteliczną. Jak wskazuje Ch. Espinoza (2016) – wynagrodzenie nie jest dla nich wystarczającą motywacją. By czuć satysfakcję z pracy – w wykonywanych obowiązkach muszą widzieć sens.

Pokolenie Z to osoby urodzone i dorastające po 1989 roku, w czasie zasadniczych przemianach politycznych, jakie zaszły w Polsce. Niekiedy nazywa się ich również pokoleniem C, ponieważ „reprezentanci pokolenia C są: *connect, communicate, change, connected, communicating, content-centric, computerized, community-oriented, always clicking*”<sup>1</sup>

---

1 Charakteryzowani poprzez: połączenie, komunikację, zmianę, oraz podłączeni, skomunikowani, zorientowani na treści, skomputeryzowani, skupieni na wspólnocie, nieustannie klikający – przyp. autora.

(Wiktorowicz, Warwas, 2016, s. 32). To generacja podobna do poprzedniego pokolenia, skupiona wokół nowoczesnych technologii, Internetu, smartfonów, laptopów i gier *online*. O ile jednak pokolenie Y nie ma trudności z korzystaniem z Internetu i nowych technologii, tak pokolenie Z jest podłączone do sieci przez całą dobę. Internet i jego zasoby są w ich życiu obecne od zawsze. Poszukują w nim gotowych rozwiązań, różnorodnych materiałów edukacyjnych, rozrywki, wiedzy o otaczającym świecie i istocie relacji międzyludzkich, paradoksalnie, poprzez to medium budują więzi społeczne. Chętnie dzielą się w Internecie swoim życiem prywatnym. Ważna jest dla nich szybkość, dynamika i różnorodność, a przez to analiza i ocena informacji jest w ich przypadku bardzo powierzchowna. Chcą osiągać swoje cele natychmiast, nie są zwolennikami wieloletniego wspinania się po szczeblach kariery. W przeciwieństwie do swoich poprzedników są społecznie zorientowani „my”, „nasze”, ważna jest dla nich ekologia, ochrona praw zwierząt, poszanowanie dla odmienności, wolontariat, akcje charytatywne i społeczna odpowiedzialność biznesu. Są pokoleniem globalnym – od najmłodszych lat uczą się języków obcych, przez co nie mają trudności w nawiązywaniu znajomości z ludźmi z różnych zakątków świata (Waśko, 2016). Dzięki pracy chcą rozwijać swoje pasje, podróżować, poznawać odmienne kultury i zdobywać doświadczenia, szczególnie, że w myśl idei „*sky is a limit*” świat nie ma dla nich granic. Stąd też praca zdalna jest przez nich tak pożądana. Co ważne – o ile ich poprzednicy przywiązywali wagę do zasady *work-life balance*, tak dla pokolenia Z obszar prywatny i zawodowy stanowią jedną całość, w której obowiązuje jeden wspólny system wartości.

Na zakończenie podkreślić należy, że powyższa charakterystyka prezentuje pewne ogólne tendencje i nie można mówić o poszczególnych generacjach, jako o grupach całkowicie jednorodnych pod względem upodobań, wartości i celów. Część przedstawicieli każdej z grup nie będzie wpisywać się w zaprezentowany tutaj obraz, inni natomiast będą w dużym stopniu przejawiać opisane zachowania i wartości.

### **MIEJSCE PRACY JAKO DYNAMICZNIE ZMIENIAJĄCA SIĘ PRZESTRZEŃ**

Obok postaw i wartości prezentowanych przez pracowników, na przełomie ostatnich lat, również miejsce pracy, rozumiane nie tylko jako przestrzeń fizyczna, ale również pewne zasady i normy, uległo dynamicznym przeobrażeniom. Poszczególne firmy prześcigają się w tworzeniu usprawnień dla pracowników i budowania ich poczucia komfortu. Zmiany dotyczą nie tylko aranżacji biur, ale również narzędzi wykorzystywanych na co dzień w pracy. Pojawia się wiele nowych tendencji, zjawisk i mechanizmów. W ramach niniejszego opracowania nie sposób wymienić je wszystkie, warto jednak wskazać na kilka z nich, pozostających w silnym związku z oczekiwaniami nowych pokoleń pracowników.

Po pierwsze – stosunkowo nowym modelem pracy, który doskonale wpisuje się w zasadę *work-life balance* jest praca zdalna. Umożliwia ona pracę na odległość – z domu lub w zasadzie z dowolnego miejsca na świecie, które zapewnia dostęp do Internetu. Ci pracownicy, którzy pracują w pojedynkę mają za zadanie dostarczyć produkt końcowy, z kolei zespoły robocze, zamiast spotykać się bezpośrednio, wykorzystują telekonferencje, wideokonferencje, chaty i webinaria.

Po drugie – zmienia się również miejsce pracy jako fizyczna przestrzeń. Te osoby, których praca wymaga stałej obecności w biurze, w wielu firmach mogą liczyć na szereg udogodnień – śniadania i świeże soki; siłownię; *nap rooms*, w których w godzinach pracy mogą skorzystać z regeneracyjnej drzemki; pokoje gier; salony kosmetyczne; pokoje masażu; miejsca do medytacji i uprawniania jogi. Miejsce pracy przestaje być zimnym biurem, a zaczyna przypominać wielofunkcyjne centrum, w którym można zaspokoić potrzebę rozrywki i regeneracji.

Po trzecie, na rynku pracy obserwowana jest zmiana trendu z pracownika, który aplikuje i ubiega się o pracę – na pracodawcę, który walczy o pozyskanie, jak najlepszych specjalistów z rynku. Aby utrzymać dotychczasową kadrę i zbudować renomę „rynku pracownika” – w strukturach firm tworzą się i rozwijają zespoły *employer branding*, odpowiedzialne za kreowanie atrakcyjnego wizerunku firmy wśród potencjalnych pracowników, prowadzenie stron internetowych, kont i *fanpage’ów* na portalach społecznościowych, na których dokumentowane są sukcesy firmy, ale również prezentowane sylwetki pracowników i ich aktywności pozazawodowe, sportowe i wolontariat, tak przecież zbieżne z potrzebami pokolenia Z.

Te i wiele innych działań idą w parze ze zmianami w mentalności i postawach pracowników, a współczesne miejsca, atmosfera i metody pracy, są dalece odmienne od tych, które obowiązywały jeszcze kilkanaście, czy kilkadziesiąt lat temu.

#### **PRZEGLĄD FORM BUDOWANIA KOMPETENCJI JAKO PRÓBA WYJŚCIA NAPRZECIW RÓŻNICOM POKOLEŃ I ZMIANOM NA RYNKU PRACY**

Zaprezentowana wyżej charakterystyka wskazuje na różnice zachodzące na rynku pracy, ale również na zmieniające się na przestrzeni czasu postawy przedstawicieli różnych pokoleń. Stanowi to ogromne wyzwanie dla pracodawców, którzy w jednym miejscu muszą godzić często przeciwstawne oczekiwania pracowników. Jedną z potrzeb zaspokajanych w miejscu pracy jest budowanie wiedzy i rozwijanie umiejętności pracowników. Ze względu na zróżnicowanie międzygeneracyjne obszar ten nie może pozostawać jednorodny i odpowiadać na oczekiwania tylko wybranej generacji. O ile bowiem dotychczasowe sposoby pracy były użyteczne jeszcze jakiś czas temu, tak teraz nie tylko nie pozwalają w sposób efektywny rozwijać kompetencji najmłodszego grona pracowników, ale dodatkowo – nie stanowią one dla nich wyzwania i przestają być atrakcyjne. Stąd też, w zależności od doświadczeń i umiejętności poszczególnych pokoleń, ale też biorąc pod uwagę inne czynniki, jak chociażby dostęp do nowoczesnych narzędzi, sięga się po różnorodne metody i narzędzia nauczania. Aby były one jak najbardziej użyteczne i w maksymalnym stopniu spełniały swoją funkcję – niezbędna jest wiedza o specyfice poszczególnych pokoleń oraz najbardziej skutecznych sposobach pracy z nimi. Poniżej prezentuję więc oba te zagadnienia.

Jak już wspomniano wcześniej – *baby boomers* to pokolenie osób przywiązanych do miejsca pracy, ceniących sobie jasne zasady i przyzwyczajonych do hierarchicznego układu. Stąd też w ich przypadku formami rozwijania kompetencji, które w największym stopniu spełnią swoją funkcję będą konferencje i wykłady prowadzone przez specjalistów i autorytety w swojej dziedzinie. *Baby boomers* są ponadto zaangażowani, cierpliwi i samodzielni, zatem są w stanie budować i uzupełniać wiedzę w procesie

samokształcenia, w najbardziej tradycyjny sposób – poprzez lekturę procedur, regulaminów i wytycznych. Jak wskazuje Paweł Łuczak: „główną zaletą stosowania samokształcenia jest przeniesienie odpowiedzialności za proces rozwojowy na pracownika, co w znacznym stopniu wspiera jego zaangażowanie. Rola pracodawcy ulega diametralnej zmianie, ewoluując od organizatora całego procesu rozwoju kompetencji do podmiotu zapewniającego pracownikowi zasoby umożliwiające rozwój oraz towarzyszącego podwładnemu w wyborze obszarów wymagających doskonalenia” (Łuczak, 2013, s. 184-185). Ponieważ *baby boomers* sami dysponują ogromnym doświadczeniem życiowym i zawodowym, którego są świadomi – warto, aby stanowili grupę mentorów dla przedstawicieli młodszych pokoleń, co da im poczucie sprawstwa, a kolejnym generacjom zapewni kontakt z osobą, która z racji swojej wiedzy może stać się dla nich autorytetem (Silberman, Biech, 2016).

Pokolenie X wychowywało się w czasach burzenia dotychczasowego porządku i obalania autorytetów. Sami walczyli o lepszy status, bez niczyjej pomocy i wsparcia musieli osiągać swoje cele. Rzeczywistość i doświadczenia, które ich ukształtowały, nie pozostają bez znaczenia dla ich postaw i sposobów rozwijania wiedzy i umiejętności. Stąd też użyteczne będą dla nich te metody, przy wykorzystaniu których mogą samodzielnie wypracowywać własne rozwiązania. Doskonale sprawdzą się tutaj metody warsztatowe i różnego rodzaju studia przypadków. Ponieważ ważna jest dla nich praca zespołowa i są bardziej elastyczni niż ich poprzednicy – rozwijając ich potencjał warto sięgnąć również po pracę w grupach i zawiązywanie zespołów roboczych. Dodatkowo są otwarci na pozytywną i negatywną informację zwrotną, zatem w ich przypadku sprawdzą się te metody, w których są poddawani ekspozycji społecznej i mają za zadanie pokazać próbkę swoich umiejętności, która stanowić będzie materiał do omówienia. Z tych samych powodów jako formę rozwoju kompetencji docenią również *coaching* (Silberman, Biech, 2016). Pokolenie X co prawda uznaje autorytet przełożonych, ale nie lubi hierarchii, wobec czego wybrane formy nauczania i styl pracy powinny to uwzględnić.

Pokolenie Y to ludzie przyzwyczajeni do testów, skrótowego myślenia, którzy nie lubią tracić czasu. To również konsumenci oczekujący natychmiastowej gratyfikacji i pochwał – w końcu to przecież pokolenie Facebooka, Instagrama i towarzyszących im „lajków”. Potrzebują stałej stymulacji i dostępu do nowej wiedzy, więc formy pracy, z którymi nie będą mieli trudności to wyszukiwanie odpowiedzi na pytania w źródłach internetowych, e-learningi i webinaria, zamiast tradycyjnych szkoleń na sali. Odnajdą się doskonale w testach wiedzy, które mają przecież już opanowane od czasów szkolnych. Zamiast wykładów czy scenek, w ich przypadku warto wprowadzać gry i symulacje internetowe, które mogą badać poziom kompetencji, a jednocześnie zawierają elementy grywalizacji – zdobywania punktów, nagród i odznak, wyzwania, przechodzenia do kolejnych poziomów, rywalizacji i rankingów. W ich przypadku doskonale sprawdzą się również zamknięte grupy tematyczne na *Facebooku* i innych portalach społecznościowych, na których będą mogli publikować różnego rodzaju materiały, wymieniać się doświadczeniami i dzielić spostrzeżeniami, a nawet *Twitter* jako narzędzie komunikacji i wymiany myśli w grupie (Silberman, Biech, 2016). Jak już wspomniano – zależy im, by mieć wpływ na swój grafik, a takie rozwiązania umożliwiają realizację zadań w dowolnym czasie i miejscu.

Pokolenie Z to osoby, które w jeszcze większym stopniu niż ich poprzednicy, żyją w przestrzeni wirtualnej. Telefon jest dla nich głównym narzędziem komunikacji ze światem – wykorzystują go częściej do nagrywania filmów, robienia zdjęć, komunikacji tekstowej, niż do wykonywania standardowych rozmów. Ponieważ poddawani są działaniu wielu bodźców jednocześnie – mogą mieć problemy z koncentracją i skupieniem uwagi. W związku z tym lektura dokumentów z ich punktu widzenia nie będzie ani atrakcyjna, ani efektywna. Tym zaś, co sprawdzi się w ich przypadku są, poza narzędziami i metodami wykorzystywanymi w pracy z pokoleniem Y, webinaria, wideokonferencje oraz quizy internetowe, które można rozgrywać z poziomu tak bliskich im telefonów komórkowych.

#### **PLATFORMY INTERNETOWE JAKO NOWOCZESNE NARZĘDZIA ROZWIJANIA KOMPETENCJI**

Odrębny rozdział niniejszego artykułu poświęcony jest narzędziom internetowym z kilku powodów. Po pierwsze – są one doskonale dopasowane do potrzeb, oczekiwań i umiejętności najmłodszych pokoleń. Internet to naturalne środowisko funkcjonowania osób najmłodszych generacji, zatem program nauczania przynajmniej częściowo może być w nim realizowany. Po drugie – odpowiednio wykorzystywane stają się bardzo użytecznym narzędziem urozmaicającym rozwój kompetencji. Wreszcie po trzecie – sądzę, że ich śmielsze wykorzystywanie jest pożądanym kierunkiem rozwoju usług edukacyjnych i szkoleniowych, szczególnie, że już teraz wiedza o otaczającym świecie pozyskiwana jest właśnie w Internecie. Na rynku dostępnych jest bardzo wiele różnego rodzaju narzędzi internetowych służących edukacji. Ponieważ w literaturze przedmiotu dość sporo miejsca poświęcono już e-learningowi, w ramach niniejszego opracowania to rozwiązanie całkowicie pominię. Skupię się natomiast na 4 wybranych platformach internetowych możliwych do wykorzystania w procesie edukacji, zaprezentuję ich krótką charakterystykę, funkcjonalność oraz sposoby zastosowania. Każda z nich jest dostępna dla użytkowników poprzez dedykowane strony internetowe, a większość z nich jest w pełni darmowa.

Kahoot to pierwsze z omawianych narzędzi, które pozwala tworzyć i przeprowadzać interaktywne quizy, badania i dyskusje oraz tzw. jumble – porządkować odpowiedzi w odpowiedniej kolejności (Eichstaedt, 2018). Osoba, która występuje w roli moderatora rozgrywki, badania bądź dyskusji, ma za zadanie stworzyć odrębny quiz lub ankietę (może również skorzystać z gotowych, wprowadzonych już do narzędzia), natomiast uczestnicy, wyposażeni w dowolne urządzenie z przeglądarką internetową, odpowiadają na zawarte w nich pytania. Co więcej – dla zwiększenia atrakcyjności użytkowania – poszczególne pytania mogą zawierać wbudowane obrazy i wideo. Moderator może dodatkowo wprowadzić limit czasu na odpowiedź, dla każdego pytania (od 5 sekund do 2 minut). Tym, co może powodować trudność dla użytkowników jest fakt, że treść pytania wyświetla się wyłącznie na ekranie komputera moderatora, który siłą rzeczy musi być podłączony do rzutnika, natomiast na urządzeniach mobilnych graczy dostępne są warianty odpowiedzi, spośród których należy wybrać tę właściwą. Za prawidłowo udzielone odpowiedzi i utrzymanie się w limicie czasu przyznawane są punkty. Bieżący wynik poszczególnych uczestników



rozgrywki wyświetlany jest na komputerze moderatora. Po każdym zakończonym quizie wyłaniani są zwycięzcy. Możliwy jest powrót do pytań i wspólne omówienie prawidłowych odpowiedzi. Wyniki quizu (ranking, udzielone odpowiedzi, stopień poprawności, tempo, brak odpowiedzi) można pobrać w postaci arkusza kalkulacyjnego. Narzędzie znajduje zastosowanie podczas powtórzeń i podsumowań omówionego materiału dydaktycznego, a w środowisku szkolnym –przeprowadzanie ćwiczeń doskonalących znajomość gramatyki czy też rozumienia obcojęzycznego tekstu (Stępiński, 2017).

Quizizz to drugie z prezentowanych narzędzi. Podobnie jak Kahoot – to darmowa platforma umożliwiająca tworzenie, przeprowadzanie quizów z wykorzystaniem urządzeń mobilnych (komputerów, telefonów, tabletów) oraz generowanie i pobieranie raportów. Podstawowe różnice w stosunku do Kahoot to możliwość zaznaczenia tylko jednej poprawnej odpowiedzi (w poprzednim narzędziu można wybrać kilka) oraz fakt, że niezależnie od moderatora, za każdym razem pytania w teście układają się w innej kolejności i co najważniejsze – uczestnicy widzą na swoich urządzeniach mobilnych zarówno treść pytania, jak i warianty odpowiedzi, wobec czego nie ma konieczności spoglądania na ekran wyświetlany przez moderatora. Po zakończonym quizie każdy z uczestników widzi na swoim ekranie zestawienie wszystkich swoich typowań wraz z prawidłowymi odpowiedziami. Moderator przez cały czas rozgrywki ma możliwość śledzenia postępów w realizacji quizu i osiągniętych przez nich wyników (Florkiewicz-Borkowska, 2015).

Quizlet to kolejna platforma internetowa, która ma szerokie zastosowanie w procesie tworzenia i realizacji quizów, głównie na potrzeby nauki języków obcych. Narzędzie umożliwia przeprowadzanie dyktand, realizację testów typu prawda/fałsz, testów wymagających dokonania tłumaczenia oraz dobrania słów w pary. Dodatkowo narzędzie umożliwia samodzielne kształcenie poprzez tworzenie własnych fiszek online (lub korzystanie z gotowych). Po przystąpieniu do testu i jego realizacji narzędzie pokazuje prawidłowe odpowiedzi i błędy, oblicza osiągnięty wynik i podaje ocenę, zaś całość można wydrukować. Jeden quiz może funkcjonować pod kilkoma różnymi postaciami, co w większych grupach spotykających się stacjonarnie umożliwia podział na grupy (Florkiewicz-Borkowska, 2014).

Klaxoon to ostatnie z omawianych narzędzi. Jako jedyne spośród prezentowanych tutaj wymaga poniesienia pewnych nakładów finansowych. W ramach narzędzia można przeprowadzać między innymi burze mózgów – uczestnicy spotkania mają za zadanie wypowiedzieć się przy użyciu swoich telefonów, zaś ich odpowiedzi widoczne są w czasie rzeczywistym na monitorze moderatora. Dodatkowo moderator może segregować i porządkować informacje, które spływają od uczestników, dodawać własne, zakreślać je, zmieniać tło itp. Aplikacja ta stanowi współczesną formę zbierania pomysłów od grupy i zapisywania ich na tablicy. Dodatkowo w ramach narzędzia można przeprowadzać ankiety, zbierać pomysły w chmurze tagów, która w czasie rzeczywistym, wraz z przesyłaniem odpowiedzi, nabiera kształtu i się rozrasta. Oczywiście narzędzie pozwala również przeprowadzać quizy, w ramach których uczestnicy udzielają odpowiedzi na pytania jednokrotnego i wielokrotnego wyboru, rywalizują ze sobą, grają na czas. Na koniec rozgrywki wyniki prezentowane są w tabeli w formie rankingów i statystyk. W narzędziu możliwe jest zapraszanie uczestni-

ków do zapoznania się z umieszczonymi tam materiałami i zadaniami, którzy z kolei, w odpowiedzi, mogą umieścić plik ze swoim rozwiązaniem (Eichstaedt, 2018).

Prezentowane narzędzia zawierają szereg zalet, wśród których z pewnością wymienić należy ich atrakcyjność, wynikającą z możliwości korzystania z nich poprzez telefon i ich oddziaływanie na zmysł wzroku i słuchu. Dzięki dynamicznej muzyce, atrakcyjnej grafice i motywującym obrazom pojawiającym się po udzieleniu odpowiedzi na poszczególne pytania, stanowią one ciekawe urozmaicenie w często żmudnym procesie nauczania. Dodatkowo pozwalają na oszczędność czasu – w bardzo szybkim tempie umożliwiają pozyskiwanie informacji od wielu uczestników, ale również dokonywanie ocen, podsumowań i rankingów. Realizowane na odległość, nie wymagają obecności pracownika w pracy, gdyż może do nich przystąpić właściwie z dowolnego miejsca i w wybranym przez siebie czasie (Łuczak, 2013). Mają szerokie spektrum funkcjonalności – pozwalają na przeprowadzanie quizów, testów, ankiet, dyktand, burzy mózgów, tworzenie chmur wyrazowych i fiszek. Są one łatwe w użyciu i w większości bezpłatne. Mają szerokie zastosowanie – podczas szkoleń, warsztatów i treningów, a także podczas spotkań stacjonarnych, czy pracy online. Ponadto, z powodzeniem mogą, a nawet powinny, być wykorzystywane w procesie edukacji szkolnej. Mirosława Pluta-Olearnik (2006) zwraca uwagę, że współczesna szkoła, zamiast kłaść nacisk na przyswajanie wiedzy fotograficznie, powinna zapewniać uczniom rozwój twórczego myślenia, innowacyjności, przetwarzania, analizy, syntezy i prezentacji informacji, co ma zapewnić aktywny udział w społeczeństwie informacyjnym. Sięganie po gry strategiczne i symulacyjne, programy dydaktyczne wspierające naukę języków obcych, aktywne mapy lub publikacje elektroniczne temu sprzyja. Dodatkowo wymienione narzędzia odwołują się do różnorodnych form percepcji, pozwalają prezentować informacje w sposób czytelny i zrozumiały, zapewniają nieograniczony czasem i miejscem dostęp do wiedzy, inaczej, niż ma to miejsce w tradycyjnych bibliotekach.

Wskazać należy również na pewne wady opisanych narzędzi. Może być to między innymi nieadekwatność tej formy zdobywania wiedzy w stosunku do metod pracy stosowanych na co dzień, kiedy to mimo wszystko należy opierać się na papierowych wersjach dokumentów i pozyskiwaniu informacji w taki sposób. Niestety narzędzia internetowe nie pozwalają rozwijać tej umiejętności. Quizy przeprowadzane przy użyciu telefonów komórkowych dodatkowo eliminują czynnik interakcji, co nie sprzyja rozwojowi kompetencji społecznych. Narzędzia tego typu eliminują również możliwość praktycznego doskonalenia posiadanej wiedzy teoretycznej (Łuczak, 2013). Mogą także stanowić źródło trudności adaptacyjnych i frustracji wśród przedstawicieli pokolenia *baby boomers* oraz pokolenia X.

## PODSUMOWANIE

Jakkolwiek spoglądać by na współczesne społeczeństwo, bezsporny pozostaje fakt, że kolejne generacje znacząco się od siebie różnią. W ślad za tym konieczne staje się nie tyle pójście na skróty i maksymalne ułatwienie najmłodszym generacjom osiągnięcia ich celów dydaktycznych, ile dostosowanie metod nauczania do ich umiejętności i specyfiki. Wiele dotychczasowych metod nauczania stosowanych w pracy z przedstawicielami pokolenia Y i Z jest nieskutecznych, stąd też należy sięgać po te zdobycze

współczesnego świata, które stanowią dla nich naturalne narzędzie nie tylko pracy, ale również niezbędny rekwizyt wykorzystywany w codziennym życiu. Sprzyjać to może zwiększeniu atrakcyjności przekazu, a w konsekwencji wzrostowi efektywności procesu nauczania. Co więcej – tego rodzaju narzędzia pozwalają zaoszczędzić nie tylko czas, ale również pieniądze. Webinaria i wideokonferencje w połączeniu z quizami internetowymi powodują brak konieczności przemieszczania się poza miejsce pracy.

Z drugiej strony – przygotowując działania rozwojowe nie można zapominać o specyfice i kompetencjach pokoleń obecnych na rynku pracy nieco dłużej. Ze względu na to, szczególnie w grupach składających się z przedstawicieli różnych pokoleń, narzędzia internetowe nie mogą całkowicie zdominować procesu szkoleniowego i całkowicie wyeliminować bardziej tradycyjnych form nauczania. Co więcej – mimo niewątpliwiej atrakcyjności nowych metod – oprócz wiedzy, na rynku pracy kluczowe są kompetencje społeczne, których narzędzia internetowe nie są w stanie rozwinąć. Stąd bardzo cenne pozostają interakcje w grupie, dyskusje itp. Rynek usług szkoleniowych powinien kształtować się w taki sposób, by poprzez stosowane formy nauczania odpowiadać na oczekiwania przedstawicieli różnych pokoleń, przy jednoczesnym rozwijaniu ich wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Współcześnie pracodawcy dostarczają pracownikom różnorodnych narzędzi, aranżują powierzchnie biurowe w taki sposób, by zapewnić komfort pracy i pobudzać kreatywność, dają swobodę w zakresie pracy zdalnej, stąd też bez większych trudności możliwa jest realizacja tego zadania poprzez blended learning, a więc łączenia metod tradycyjnych z kształceniem przy wykorzystaniu narzędzi internetowych.

## BIBLIOGRAFIA

1. Eichstaedt, M. (2018). *Czym się różnią Kahoot, Mentimeter, Klaxoon? Poznaj programy do quizów, ankiet i testów!* Pobrane z: [www.webcomm.eu/kahoot-mentimeter-klaxoon-programy-do-quizow-ankiet-testow/](http://www.webcomm.eu/kahoot-mentimeter-klaxoon-programy-do-quizow-ankiet-testow/) (12.11.2018).
2. Espinoza, Ch. (2016). *Mileniści w pracy. 7 umiejętności, które powinni osiąść dwudziestokilkulatki, by móc pokonywać progi i bariery w życiu i pracy*. Warszawa: Wydawnictwo Studio EMKA.
3. Florkiewicz-Borkowska, M. (2015). *Quizizz – aplikacja, która nie pozwala zasnąć*. Pobrane z: [www.superbelrzy.edu.pl/pomyslodajnia/quizizz-aplikacja-ktora-nie-pozwala-zasnac/](http://www.superbelrzy.edu.pl/pomyslodajnia/quizizz-aplikacja-ktora-nie-pozwala-zasnac/) (13.11.2018).
4. Florkiewicz-Borkowska, M. (2014). *Quizlet, czyli fiszki online*. Pobrane z: [www.superbelrzy.edu.pl/pomyslodajnia/quizlet-czyli-fiszki-online/](http://www.superbelrzy.edu.pl/pomyslodajnia/quizlet-czyli-fiszki-online/) (13.11.2018).
5. Heraklit z Efezu, (2005). *Zdania*, tłum. A. Czerniawski, Gdańsk: Wydawnictwo Słowo/Obraz Terytoria.
6. Łuczak, P. (2013). Nowoczesne techniki rozwoju kompetencji pracowniczych jako odpowiedź na potrzeby pracowników pokolenia Y. *Studia Ekonomiczne Regionu Łódzkiego*, 11, 179-188.
7. Murzyn, M., Nogiec, J. (2015). Deklarowane wartości w opinii przedstawicieli wybranych pokoleń. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*, 15 (3), 373-380.
8. Olechnicki, K., Załęcki, P. (1999). *Słownik socjologiczny*. Toruń: Wydawnictwo Griffiti BC.
9. Pluta-Olearnik, M. (2006). *Rozwój usług edukacyjnych w erze społeczeństwa informacyjnego*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
10. Silberman, M., Biech, E. (2016). *Metody aktywizujące w szkoleniach*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.
11. Stępiński, A. (2017). *A może zagrajmy w Kahoota..* Pobrane z: [www.edukacjananowo.pl/a-moze-zagrajmy-kahoota/](http://www.edukacjananowo.pl/a-moze-zagrajmy-kahoota/) (12.11.2018).
12. Waśko, R. (2016). Wybrane aspekty różnicujące pokolenie X, Y i Z w kontekście użytkowania nowych technik i Internetu. W: Z. Rykiel, J. Kinal (red.), *Socjologia codzienności jako niebanalności* (ss. 136-153). Rzeszów: Stowarzyszenie Naukowe Przestrzeń Społeczna i Środowisko.
13. Wiktorowicz, J., Warwas, I., Kuba, M., Staszewska, E., Woszczyk, P., Stankiewicz, A., Kliombka-Jarzyna, J. (2016). *Pokolenia - co się zmienia? Kompendium zarządzania multigeneracyjnego*. Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer.