

Prije početka skicirajte tablicu i u nju upišite nekoliko **osobina** koje najbolje opisuju:

	VAŠU GENERACIJU	VAMA NAJDRAŽU GENERACIJU VAŠIH BIVŠIH UČENIKA	NAJMLAĐU GENERACIJU KOJOJ TRENUTNO PREDAJETE	NAJSTARIJU GENERACIJU KOJOJ TRENUTNO PREDAJETE
GODINA ROĐENJA				

# Primjena učeničkih znanja iz biologije (i kamo će nas, u konačnici, izlaganje odvesti...?)

Sunčana Kapov  
XVIII. gimnazija

# Umjesto uvoda

- Ovo se izlaganje trebalo baviti temom razvoja bioloških koncepata, njihovom trajnošću i sposobnošću učenika da postojeća znanja primijene na konkretnim zadacima...
- Trebali su biti izneseni rezultati jednog malog istraživanja...
- ... a onda sam shvatila da 48 slajdova neće stati u 45 minuta...
- ... i zato ću vam to prepričati u 30 s, a onda ćemo se baviti nečim potpuno drugačijim od toga...

# Dva tjedna nakon testa i tjedan nakon obrade mutacija...

- dok su “negativci” pisali ispravak, ostali učenici su u parovima rješavali RL sa zadacima različitih kognitivnih razina...
- svi su potrebni sadržaji bili obrađeni uz pomoć prezentacije koja je uključivala i grafički prikaz (crtež) kojeg su dobili na RL...

# Kako su učenici pratili predavanje i koji su konačni efekti:

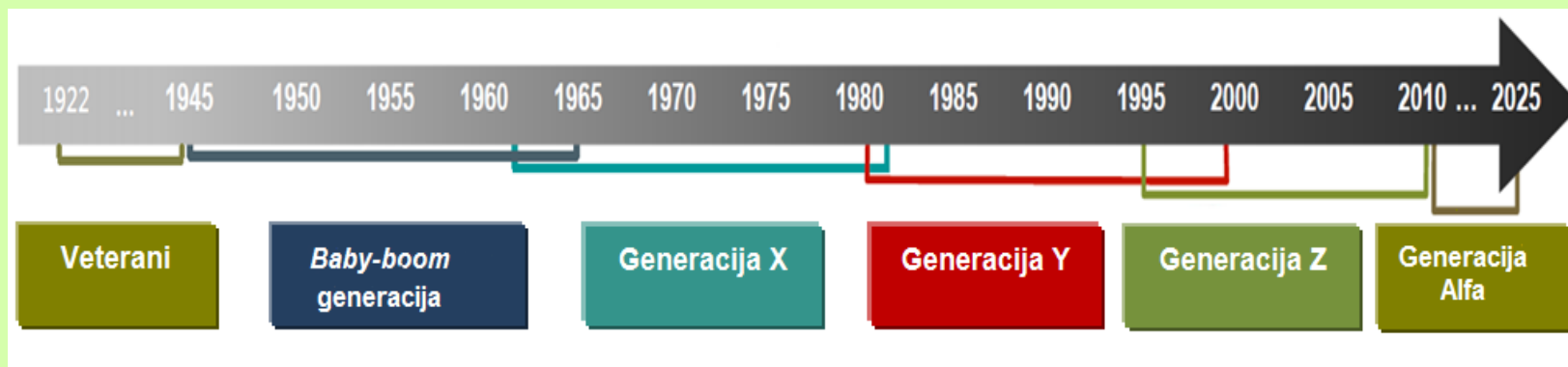
- **Svi** su imali **prepisan** ukupan **tekst** slajda (243 znaka, bez razmaka)
- **Nitko** nije **skicirao** crtež
- **Nitko** nije (za vrijeme obrade) **pitao** za detaljnije **objašnjenje** crteža
- **Nitko** nije shvatio **bit** (nitko nije potpuno riješio zadnji zadatak)!
- ZAŠTO? KAKO?...



# Što radim krivo?

- Što fali ppt prezentacijama?
- Zašto nitko ne skicira, ne piše komentare u svojim bilješkama?
- Zašto moji učenici za vrijeme sata pišu SMS-ove, provjeravaju statuse, ...?
- To je generacijska stvar (M. M.)?

# Kojoj generaciji pripadate? X, ili...?



Naziv generacije	Godina rođenja	Godine starosti 2014.	NAPOMENA
Generacija baby booma	1946. - 1964.	50 - 68	
Generacija X	1965. - 1980.	34 - 49	
Generacija Y (milenijska generacija)	1981. – 2002.	12 – 33	Kod nekih autora do 2000.
Generacija z	2003. - danas	11 i manje	Često zajedno s generacijom y – net generacija

# Ključna obilježja pet različitih generacija

	Veterani	Baby-boom generacija	Generacija X	Generacija Y	Generacija Z
<b>Godine rođenja</b>	1922.-1943.	1943.-1960.	1961.-1980.	1980.-2000.	2000.-
<b>Glavni utjecaji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velika depresija</li> <li>• Drugi svjetski rat</li> <li>• Korejski rat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Borba za ljudska prava</li> <li>• Izbor J.F. Kennedyja</li> <li>• Pokret za prava žena</li> <li>• Ubojstvo Kennedyja</li> <li>• Woodstock</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afera Wateragate</li> <li>• Hladni rat</li> <li>• Pad Berlinskog zida</li> <li>• Kriza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj tehnologije</li> <li>• Globalizacija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rat protiv terorizma</li> <li>• Briga za okoliš</li> <li>• Razvoj "pametnih telefona" i društvenih mreža</li> </ul>
<b>Osobine</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spremni su se žrtvovati</li> <li>• Odani</li> <li>• Disciplinirani</li> <li>• Poštuju autoritet</li> <li>• Strpljivi</li> <li>• Časni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimistični</li> <li>• Orijentirani na tim</li> <li>• Vrijedni</li> <li>• Uključeni</li> <li>• Žive da bi radili</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pragmatični</li> <li>• Razmišljaju globalno</li> <li>• Tehnološki pismeni</li> <li>• Informirani</li> <li>• Pouzdaju se u sebe</li> <li>• Rade da bi živjeli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Služe zajednici</li> <li>• Informatički pismeni</li> <li>• Tolerantni</li> <li>• Pouzdani</li> <li>• Moralni</li> <li>• Optimistični</li> <li>• Društveno osviješteni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internetski i tehnološki osviješteni</li> <li>• Brinu za okoliš</li> <li>• Globalno povezani</li> </ul>



	Veterani	<i>Baby-boom</i> generacija	Generacija X	Generacija Y	Generacija Z
Na poslu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stabilni</li> <li>• Orijentirani na detalje</li> <li>• Odani</li> <li>• Predani radnici</li> <li>• Neskloni promjenama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orijentirani na kupca</li> <li>• Dobri u odnosima</li> <li>• Žele postići maksimum</li> <li>• Dobri timski igrači</li> <li>• Osjetljivi na kritiku</li> <li>• Usmjereni na proces, a ne na rezultat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prilagodljivi</li> <li>• Samostalni</li> <li>• Nestrpljivi</li> <li>• Cinični</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Izvrsni</li> <li>• Pouzdani</li> <li>• Zahtjevni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sposobni obavljati više zadataka u isto vrijeme</li> <li>• Fleksibilni</li> <li>• Pametni</li> <li>• Tolerantni na različitosti</li> </ul>
Stil potrošnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uštedešina i plaćanje gotovinom</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kupi sada, plati kasnije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oprezni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Troši novac roditelja što brže možeš</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Troši novac roditelja što brže možeš</li> </ul>
Glazba	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swing</li> <li>• Frank Sinatra</li> <li>• Big Band</li> <li>• Bing Crosby</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rock'n'roll</li> <li>• Elvis Presley</li> <li>• Roling Stones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disco</li> <li>• Rap</li> <li>• Michael Jackson</li> <li>• Bruce Springsteen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alternativni rap</li> <li>• Eminem</li> <li>• Backstreet Boys</li> <li>• Spice Girls</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Justin Biber</li> <li>• Rihanna</li> <li>• Lady Gaga</li> </ul>
Heroji	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superman</li> <li>• Winstone Churchill</li> <li>• Babe Ruth</li> <li>• Joe DiMaggio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gandi</li> <li>• Martin Luther King Jr.</li> <li>• Obitelj Kennedy</li> <li>• John Glen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nema ih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Princeza Diana</li> <li>• Bill Gates</li> <li>• Majka Tereza</li> <li>• Michael Jordan</li> <li>• Tiger Woods</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lionel Messi</li> <li>• Christiano Ronaldo</li> <li>• Mark Zuckerberg</li> </ul>

# Istraživanje koje donosi informacije o našoj generaciji Y:

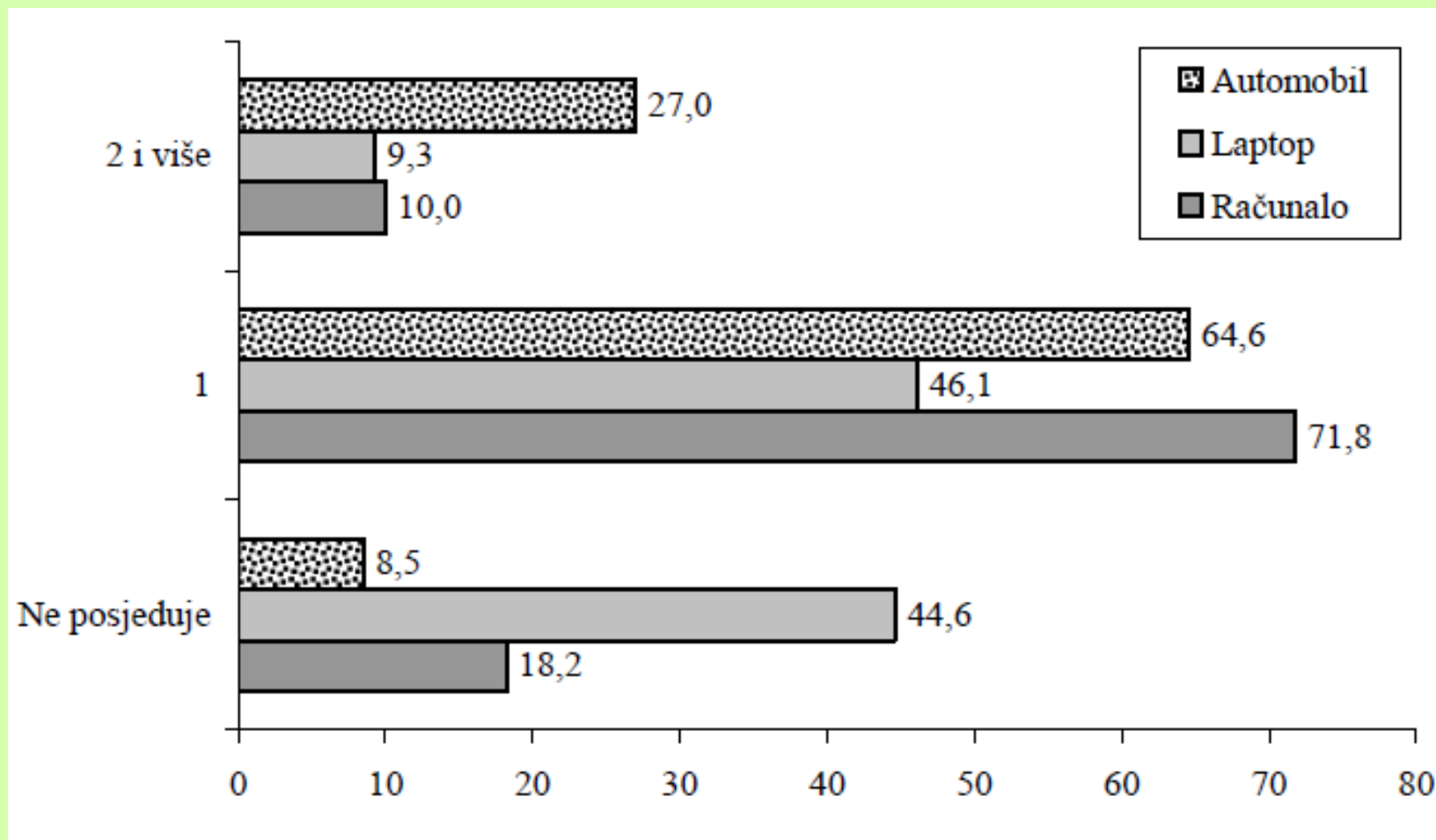
# **MLADI U VREMENU KRIZE**

- Zaklada Friedrich Ebert (FES) i IDIZ
- Cilj: istražiti aktualne informacije o željama, očekivanjima, interesima, stavovima i društvenom ponašanju mladih...
- kako bi se odatle izveli zaključci o razvojnim trendovima novih članica EU
- reprezentativni uzorak obuhvatio je 1500 ispitanika u dobi **od 14 do 27 godina** (rođenih između 1985. i 1998. godine) iz cijele zemlje
- Istraživanje provedeno **2012.** godine

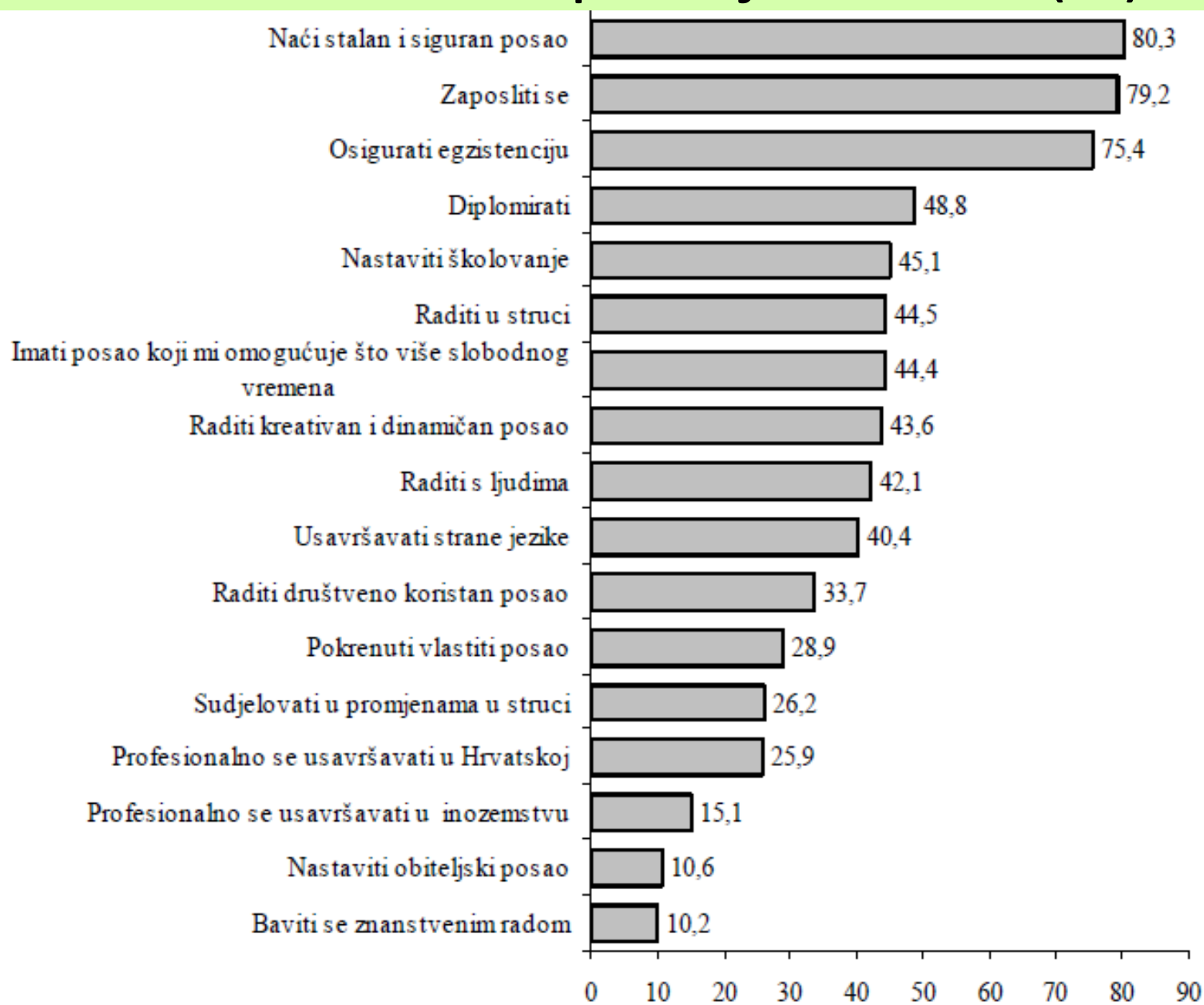
# Stupanj obrazovanja mladih s obzirom na njihova sociodemografska obilježja (%)

Obilježja mladih	OŠ	Trogodišnja srednja	Četverogodišnja srednja škola	Dodiplomski studij ili više
Dob				
14-17	82,4	17,6	-	-
18-22	2,2	16,0	75,7	6,0
23-27	1,7	15,3	50,8	32,2
Obrazovanje oca				
OŠ	41,4	37,1	20,0	1,4
Trogodišnja srednja škola	28,0	28,0	34,7	9,3
Četverogodišnja srednja škola	22,3	10,3	52,7	14,7
VŠS i više	24,7	15,5	41,0	18,7
UKUPNO	24,9	16,2	45,3	13,7

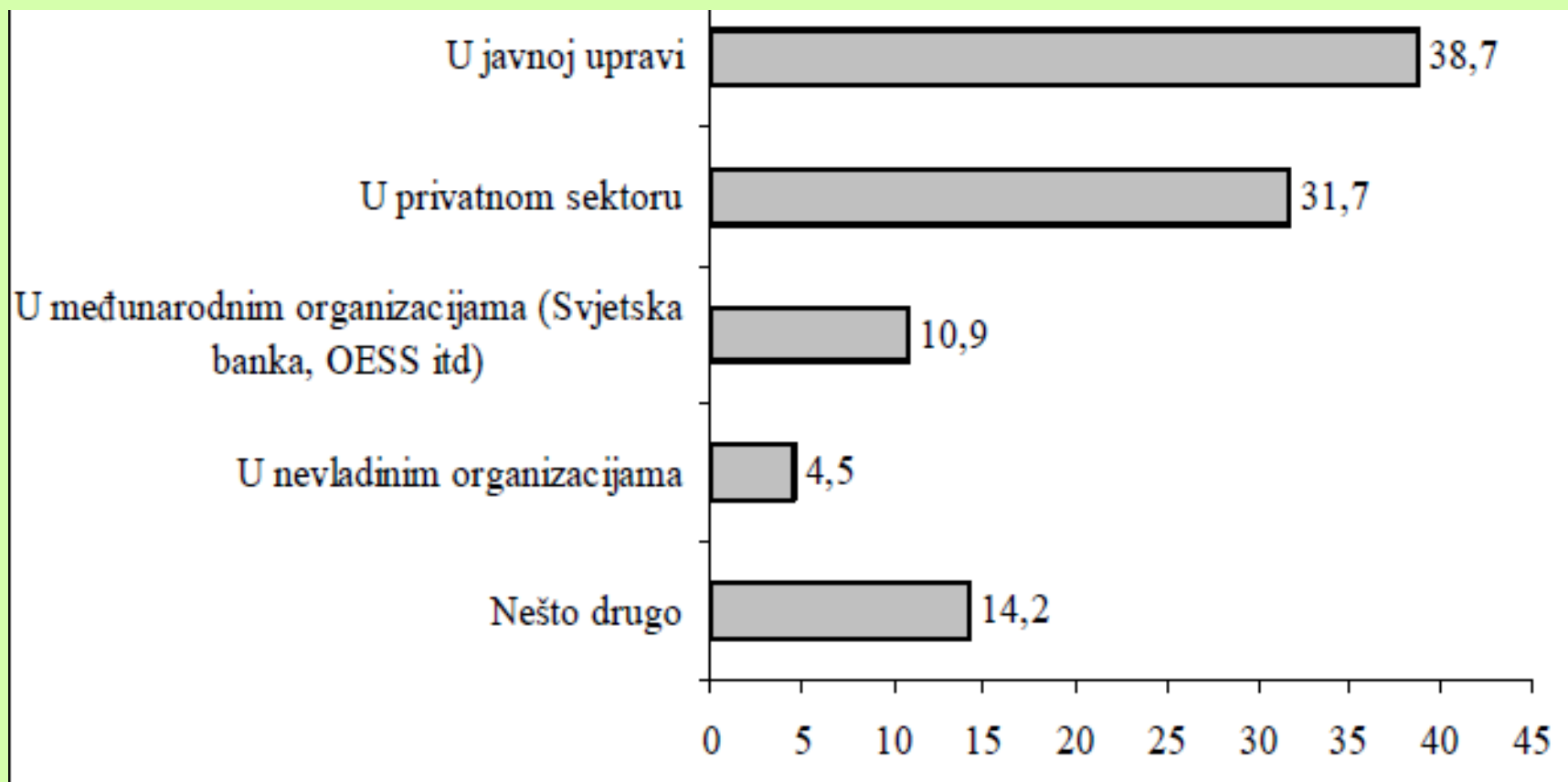
# Broj automobila, laptopa i osobnih računala koje posjeduju kućanstva mladih (%)



# Profesionalne aspiracije mladih (%)



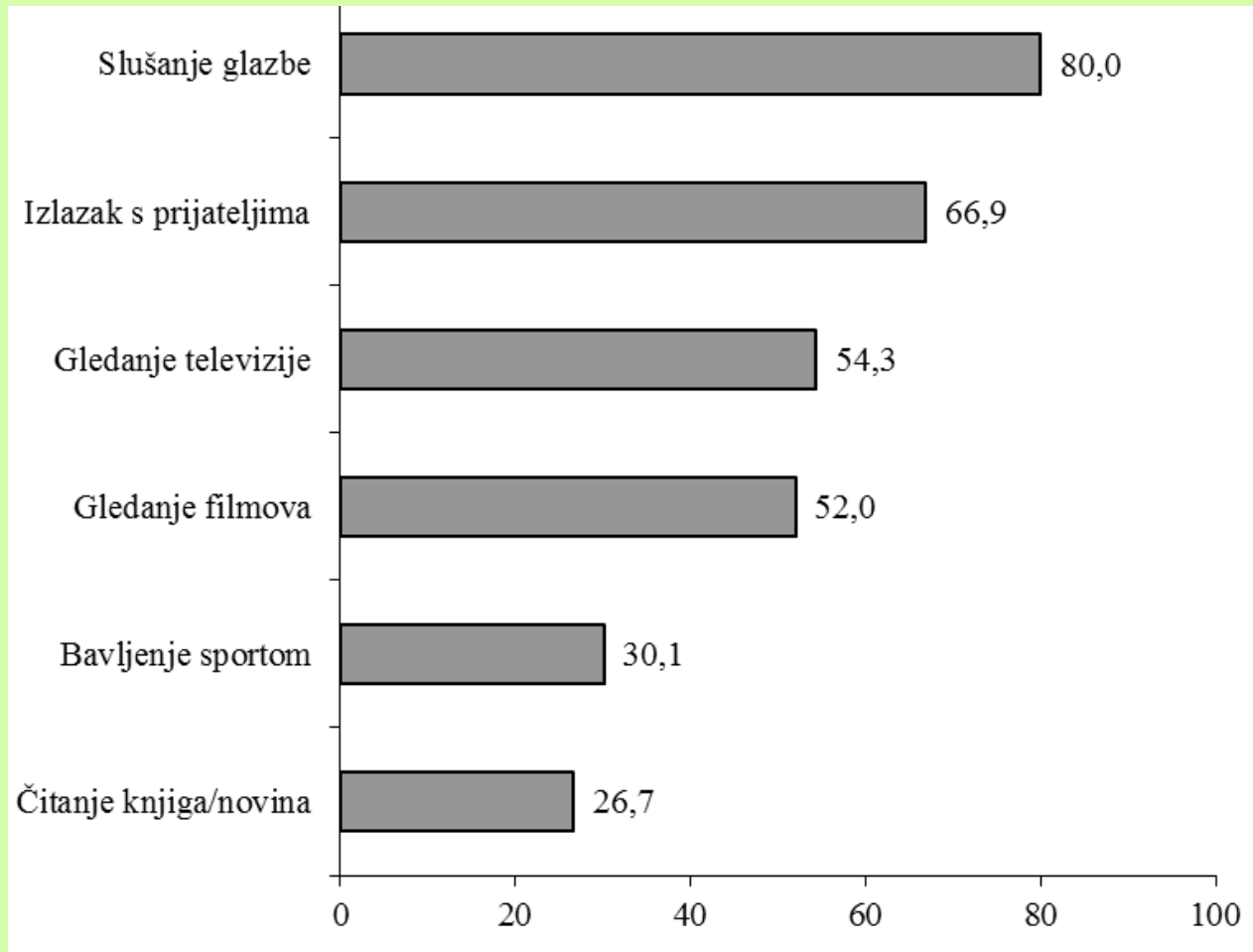
# Preferirani sektor zaposlenja mladih (%)



# Najvažniji faktori za pronalaženje posla i donošenje odluke mladih o prihvatanju radnog mjesta (%)

Pronalaženje posla		Prihvatanje radnog mjesta	
Poznanstva / Prijatelji	32,6	Primanja / Plaća	49,1
Stručnost	26,0	Sigurnost radnog mjesta	32,2
Razina obrazovanja	20,9	Zadovoljstvo poslom	15,3
Političke veze	11,4	Mogućnost rada sa simpatičnim ljudima	2,5
Sreća	9,3	Nešto drugo	23,1
Nešto drugo	16,2		

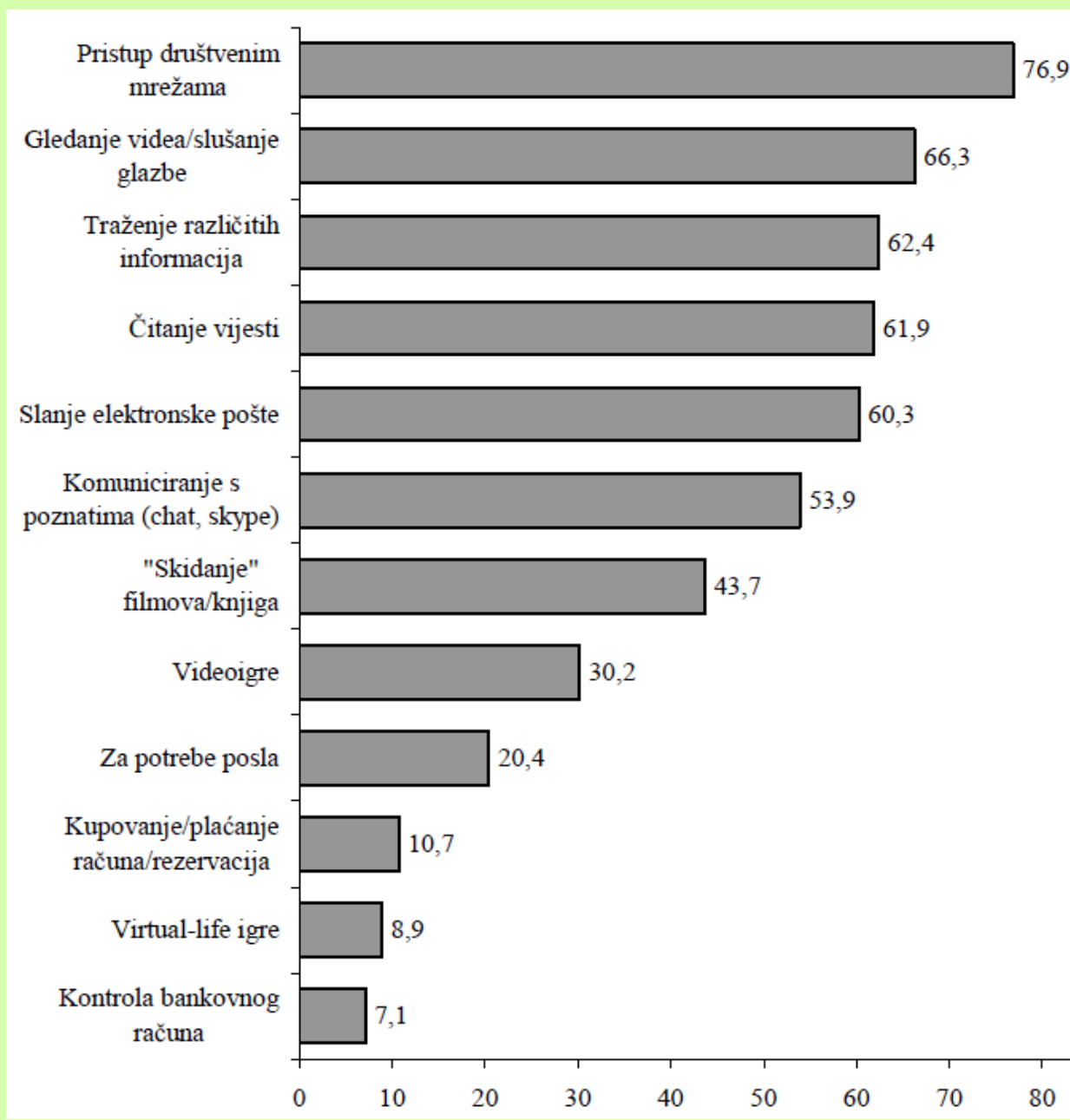
## Rang-ljestvica aktivnosti u slobodnom vremenu mladih - stupanj često(%)



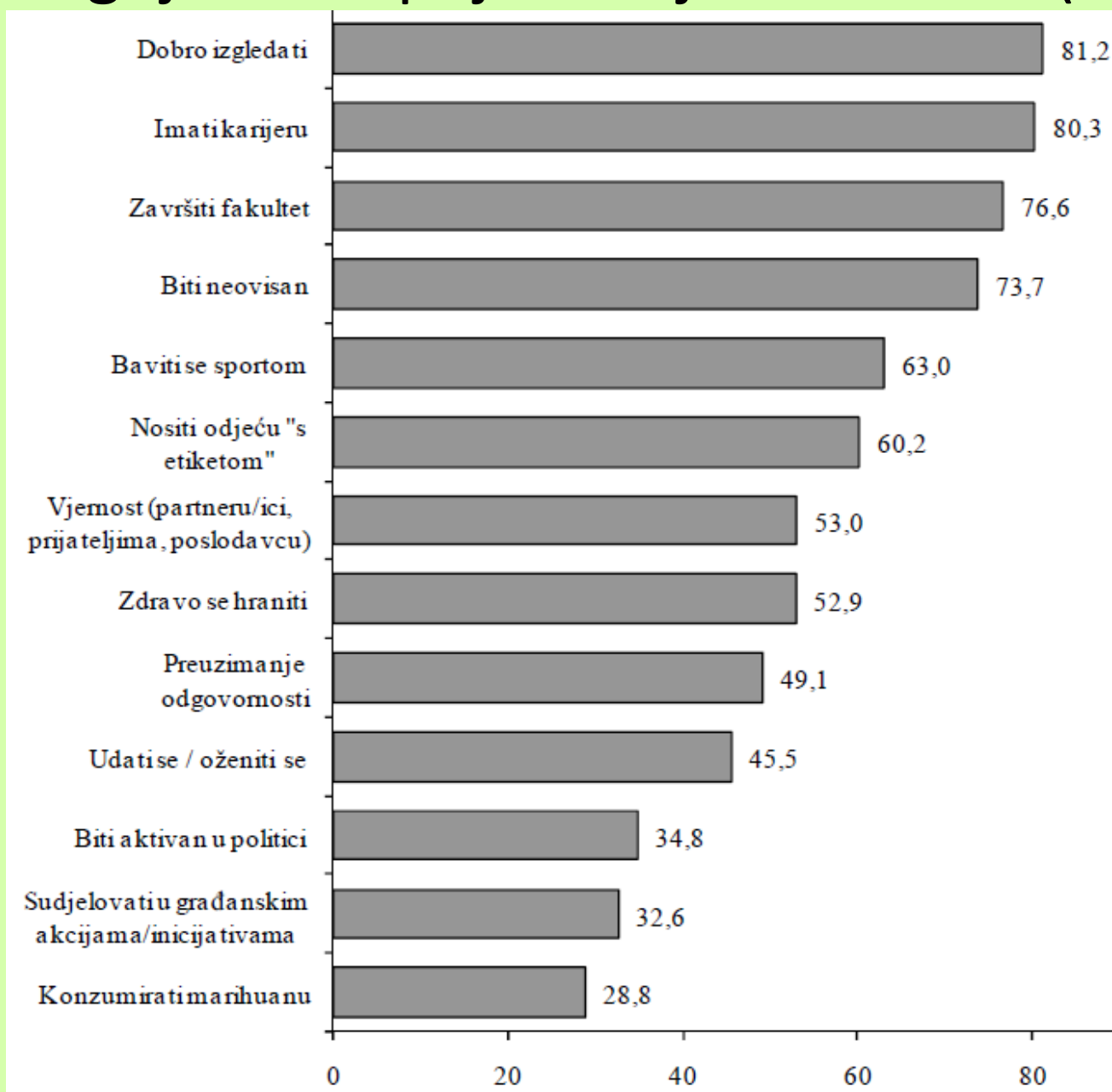
**U odnosu na 2004. druženja s prijateljima opala su za 16%, a gledanje televizije za 27%**



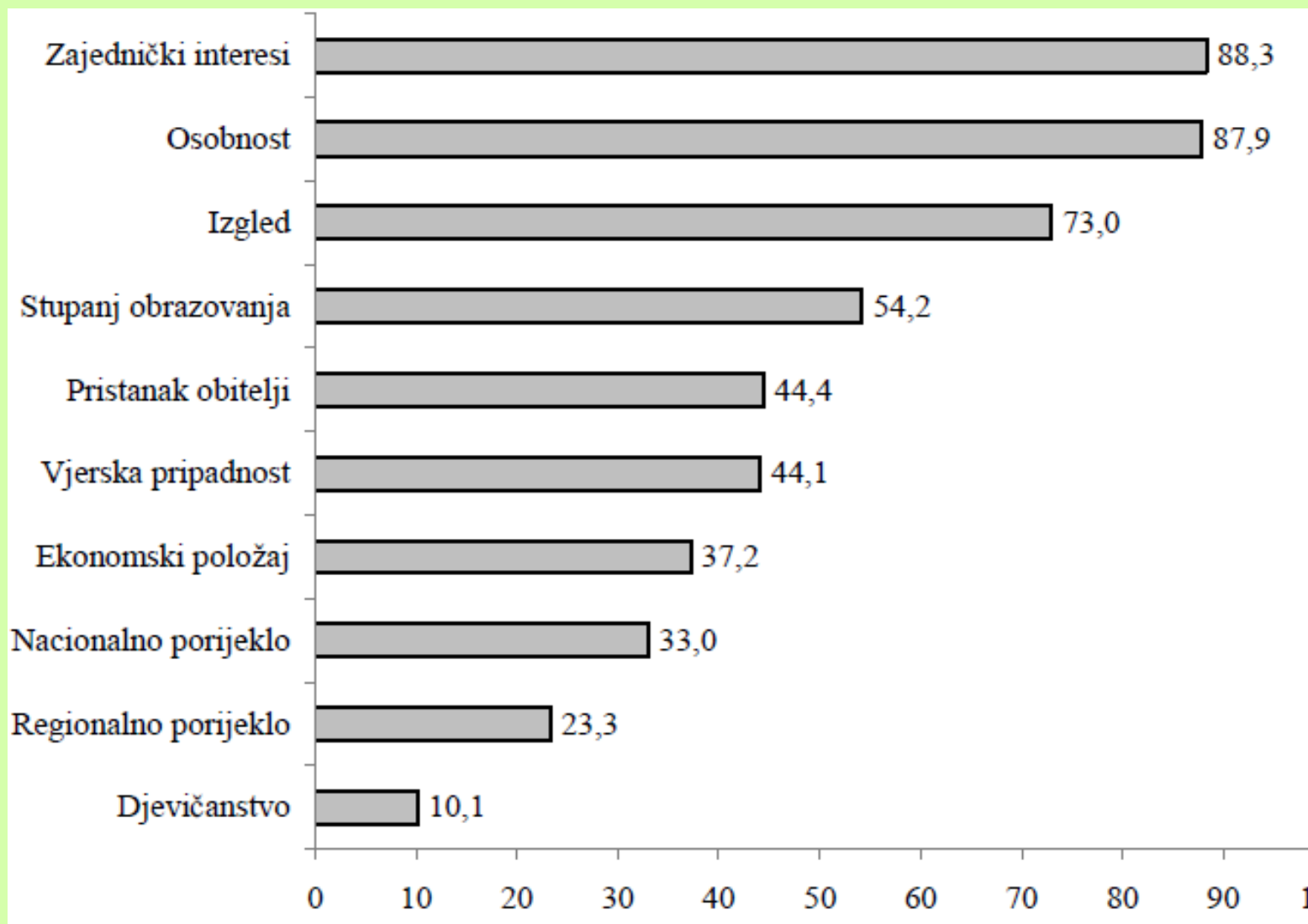
# Rang-ljestvica svrha korištenja interneta (%)



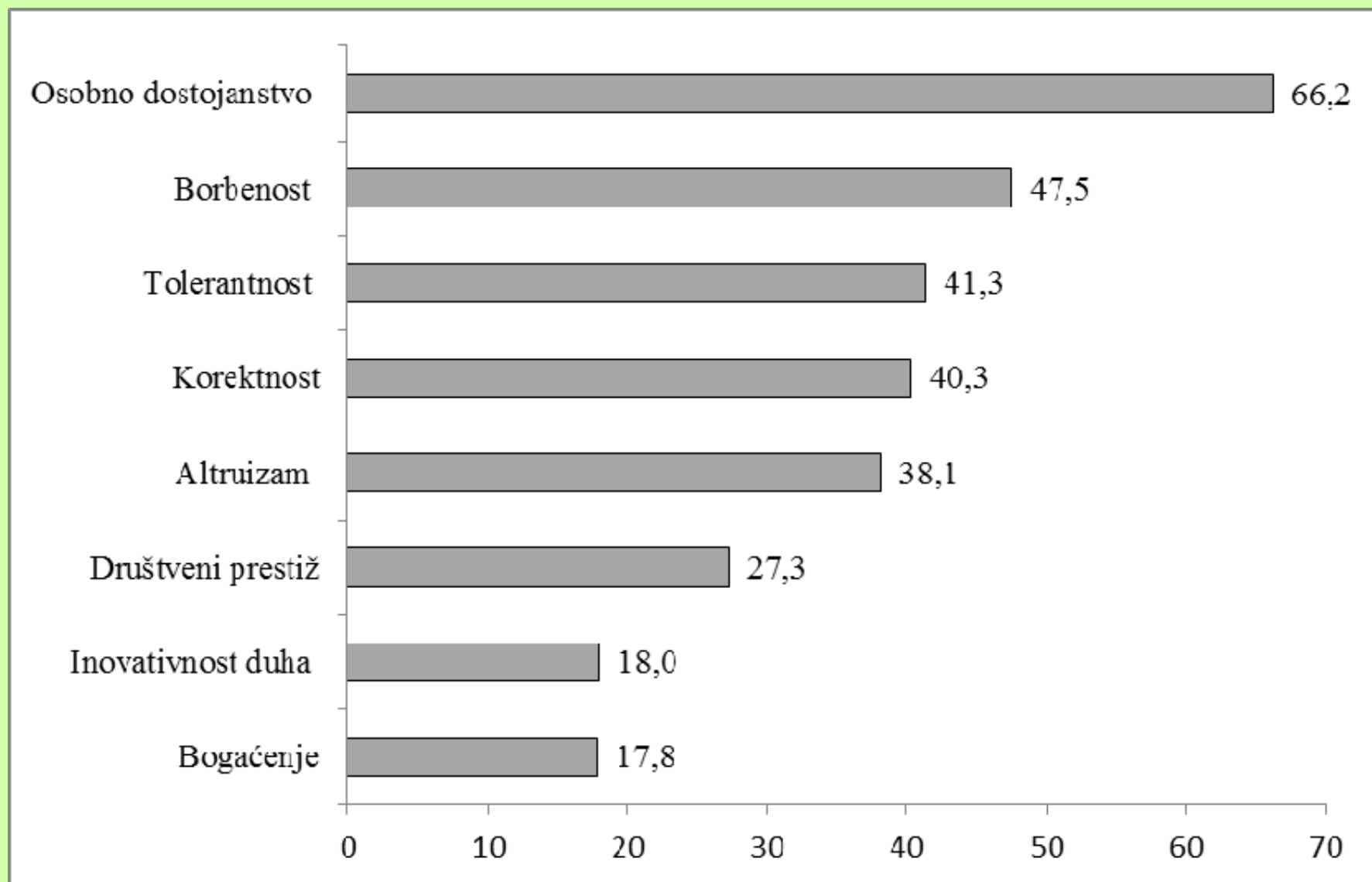
# Rang-ljestvica pojava koje su u modi (%)



# Rang-ljestvica čimbenika važnih za izbor bračnog partnera (%)



# Rang-ljestvica vrijednosti mladih (%)

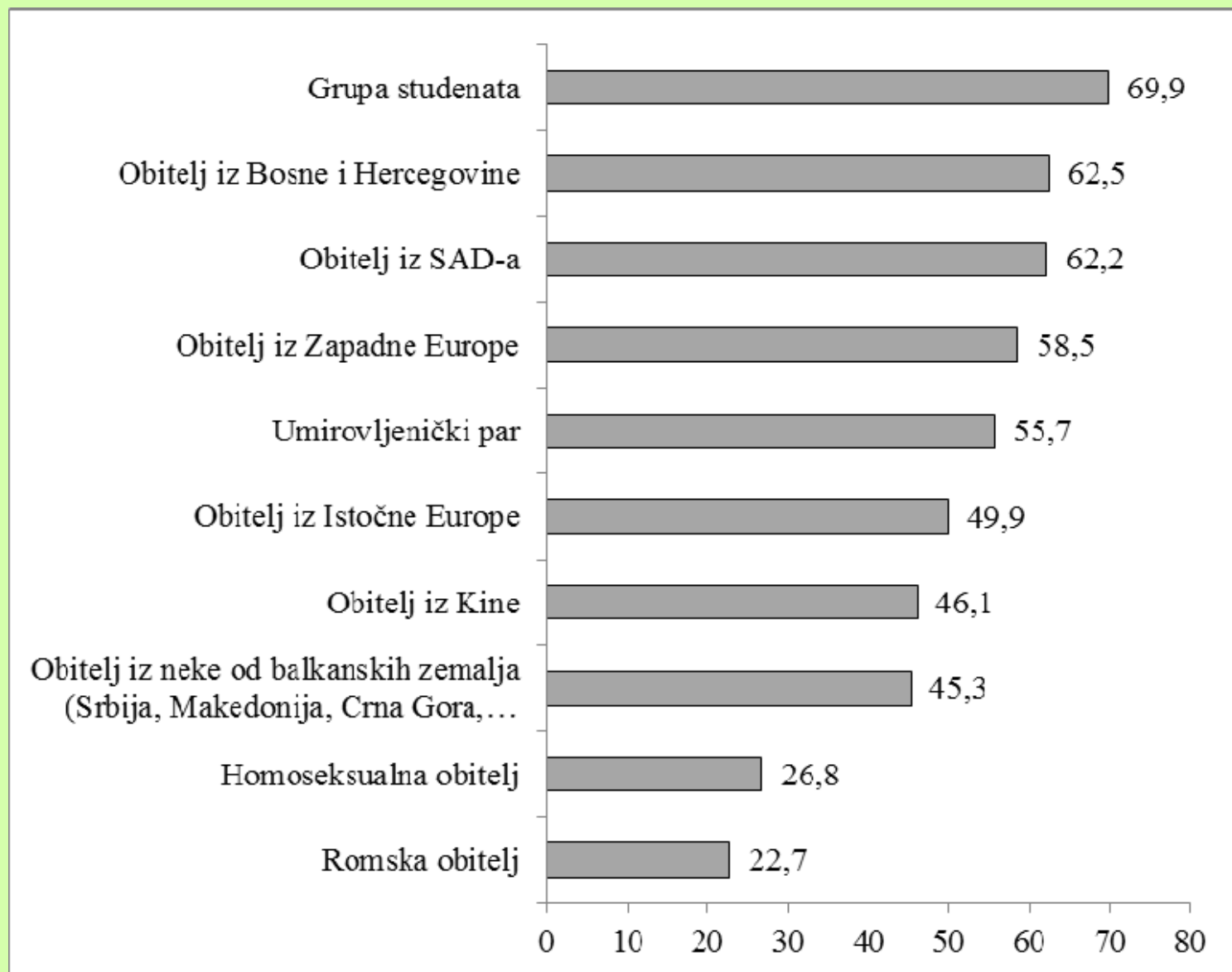


# Vrsta volontiranja mladih u proteklih 12 mjeseci (%)



**U protekloj godini volontiralo 13% mladih, čiji očevi najčešće imaju završenu četverogodišnju SŠ, uglavnom sa sela, naglašena nezainteresiranost u velikim gradovima**

# Rang-ljestvica prihvatanja različitih socijalnih skupina kao potencijalnih susjeda (%)



# Religijska vjerovanja mladih (%)

Ispitanici su se većinom izjasnili katolicima (90,4%), 6,4% ateistima i onima koji nemaju vjeroispovijesti, zatim 2,6% pravoslavcima i 0,5% muslimanima

Odlascima na misu i molitvi značajno su sklonije žene i stanovnici sela u odnosu na Zagrepčane i stanovnike malih gradova pri čemu potonji u značajno manjoj mjeri upražnjavaju ove prakse od Zagrepčana. Na ispovijed češće odlaze, osim najmlađih ispitanika stanovnici Zagreba ...

Vjerovanja	Vjeruju	Sumnjaju	Ne vjeruju
Postoji Bog	78,7	11,0	10,3
Bog je stvorio svijet	62,4	22,2	15,4
Postoje raj i pakao	62,3	24,2	13,5
Bog je izvor moralnih propisa i dužnosti	55,7	24,9	19,4

Religijske aktivnosti	Redovito	Često	Ponekad	Nikad
Slave vjerske blag dane	65,9	15,8	9,8	8,5
Molitva	15,4	19,5	41,4	23,7
Odlaze u crkvu na misu	11,0	14,7	51,2	23,0
Odlaze na ispovijed	6,9	9,5	49,6	34,0
Odlaze na hodočašća	3,2	6,1	29,8	61,0

## ...iz zaključka istraživanja...

- „Istraživački rezultati sugeriraju da su mladi zapravo i dalje dominantno orijentirani na pragmatičnu prilagodbu zahtjevima okoline u svrhu osobnog prosperiteta uz oslanjanje na individualne i obiteljske resurse a bez opterećivanja velikim društvenim temama i problemima.”



# Milka Rimac: Istraživanje obilježja Generacije Z – Radi li se zaista o novoj generaciji **zaposlenika**?

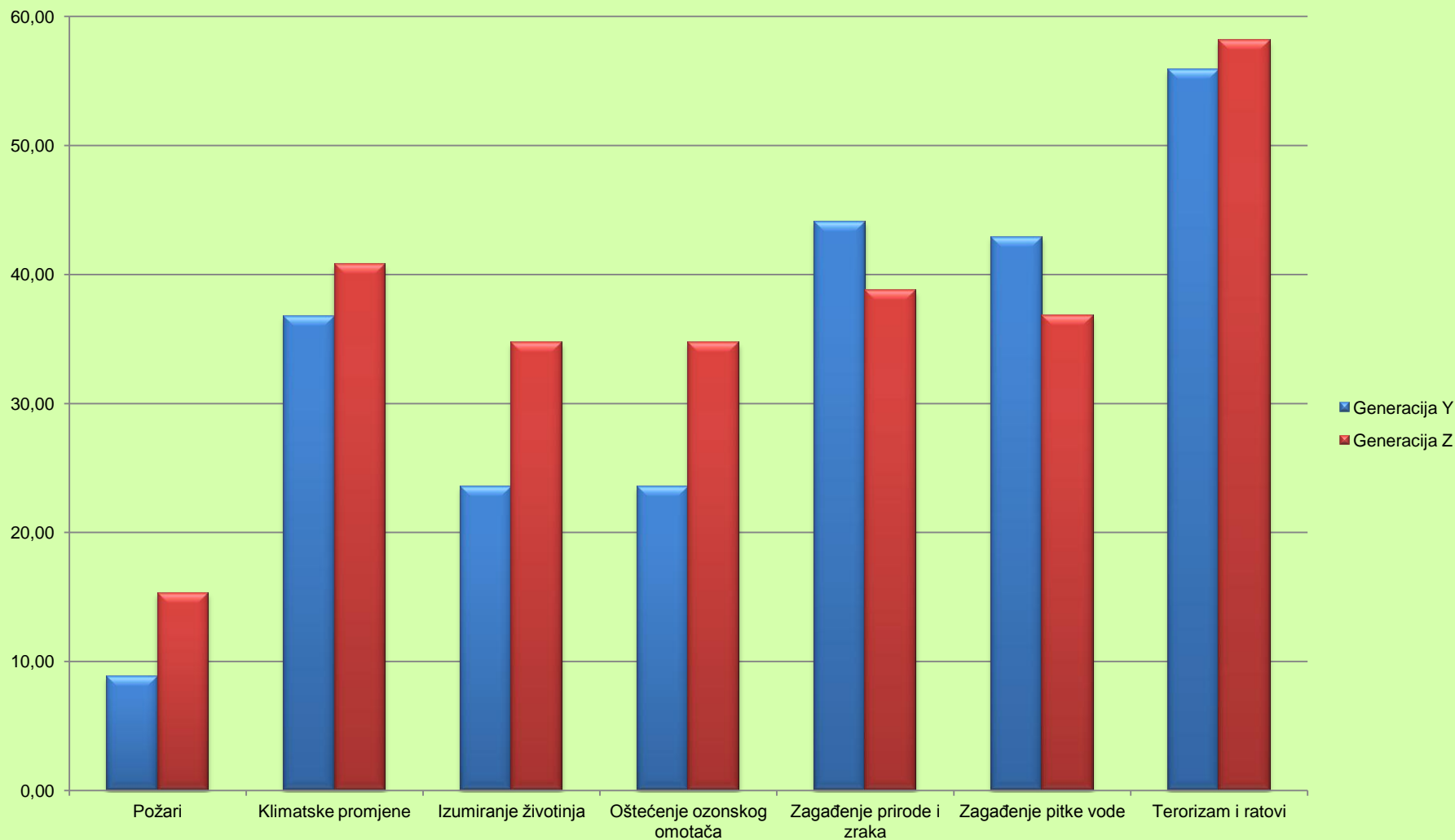
Ekonomski fakultet u Zagrebu, 2011.-2012.

		Generacija Y		Generacija Z	
		Frekvencija	Struktura	Frekvencija	Struktura
Spol	Muško	26	37,1%	37	37,8%
	Žensko	44	62,9%	61	62,2%
Godina rođenja	1984.	2	2,9%	-	-
	1985.	4	4,3%	-	-
	1986.	3	5,7%	-	-
	1987.	17	24,3%	-	-
	1988.	30	42,9%	-	-
	1989.	14	20,0%	-	-
	1995.	-	-	14	15,3%
	1996.	-	-	60	60,2%
	1997.	-	-	24	24,5%
Mjesto stanovanja	Zagreb	51	72,9%	76	77,6%
	Okolica Zagreba	11	15,7%	20	20,4%
	Ostalo	8	11,4%	2	2,0%

- 168 ispitanika
- 70 ispitanika (41,7%)- ispitanici Generacije Y (studenti diplomskog studija Ekonomskog fakulteta u Zagrebu)
- 98 ispitanika (58,3%) - ispitanici Generacije Z (učenici 1. razreda XI. gimnazije u Zagrebu).

# Naši učenici - generacije Y i Z

## Zbog čega su zabrinuti?



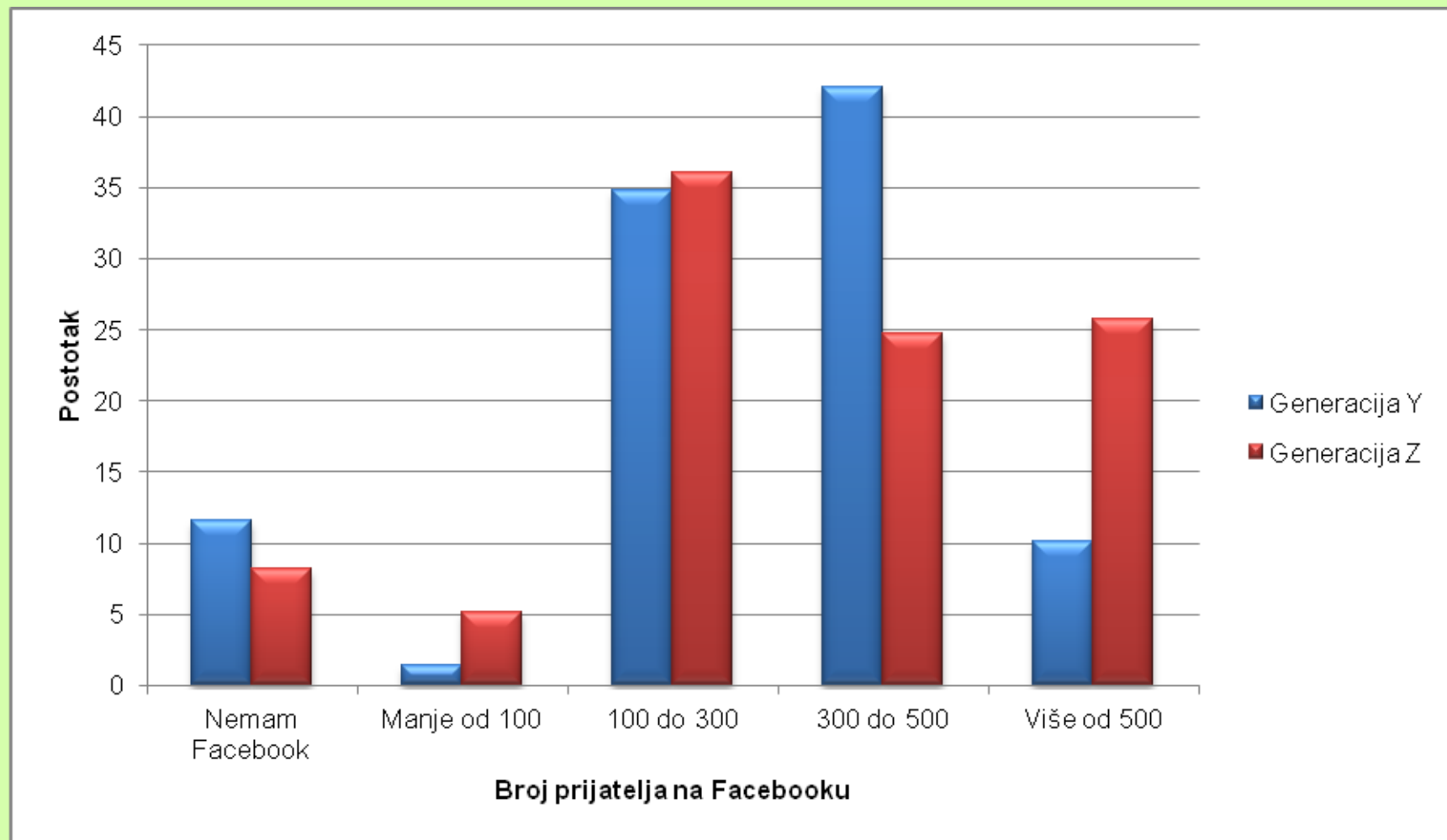
# Usporedba generacija Y i Z

- ***Timski rad***
- Zadatke vezane uz školu ispitanici **Generacije Z** mnogo češće rade **kod nekoga drugog doma** (51,5% ispitanika) nego ispitanici Generacije Y (samo 10,1% ispitanika).
- većina ispitanika Generacije Y zadatke rješava putem internetske tehnologije, dok ispitanici **Generacije Z** kombiniraju **interakciju** i **internetsku** tehnologiju, što je u suprotnosti s mišljenjem da će generacija Z većinu zadataka obavljati putem interneta i da će se timski rad svesti samo na virtualne timove.

# Usporedba generacija Y i Z

- ***Sposobnost obavljanja više zadataka odjednom***
- ispitanici Generacije Z sposobni su raditi više stvari od jednom za razliku od ostalih generacija. Analiza je pokazala da ispitanici ove generacije najčešće dok pretražuju internet **jedu** (62,2%) dok to čini samo 33,3% ispitanika generacije Y.
- Tinejdžeri također često **gledaju TV** dok „surfaju“ (41,8%). Generacija Y uglavnom ne radi ništa drugo dok pretražuje internet (44,9%), dok je takvih u uzorku Generacije Z manje (26,5%).

# Broj prijatelja na Facebooku



...i još o generaciji Z:

## **Što možemo naučiti generaciju Z, a što od njih naučiti?**

*mr.sc. Neda Fleur Janovski, komunikacijski terapeut, Otvoreni prostor*

- Potraga za djevojčicom preko Facebooka ...
- ... nakon dva dana, ...velike količine (oko 80) zahtjeva za prijateljstvo iz Hrvatske, ex YU, ali i iz Europe.
- mladi između 12 i 18 godina
- ... I stvarno su ju ta djeca pronašla, ...
- Krasi ih ... „osjećaj suosjećanja i razumijevanja”, te „pripadnosti i zajedništva”
- „U njihovom svijetu koji stvaraju za sebe, jednostavnost i transparentnost će biti temeljne vrijednosti, a taj će svijet biti uglavnom virtualan.”

- U internetskom svijetu u kojem pritisak na tipku daje sve odgovore u opasnosti su **kreativnost**, razvoj **govora**, **vokabular**... i o tome moramo voditi računa...

# A profesori?

- Prensky (2001) – net generacija „domorodci“ (pripadnici Generacije Z prednost daju grafici umjesto teksta i zahtijevaju olakšan pristup svim informacijama)
- profesori su digitalni „imigranti“ (npr. skloni printati dokument radi uređivanja, nazvati telefonom da provjere „je li stigao mail?“...)



# Nastavne strategije pogodne za učenike Net generacija (Y i Z)

## Osobine učenika

- poznaju **tehnologiju** i pokazuju zanimanje za multimedijske sadržaje
- oslanjaju se na **tražilice**

## Nastavne strategije

- koristiti **tehnologiju** u predavanjima, pokušati iskoristiti glazbu, **video isječke**, video igre, tražilice, koristiti istraživačke **baze podataka** koje su **animirane i interaktivne**, ...
- zadati zadatke uz **smjernice** i strukturu kako bi se povećala vrijednost rezultata pretraživanja, potaknuti **kritički odnos** prema informacijama;

# Nastavne strategije pogodne za učenike Net generacija (Y i Z)

## Osobine učenika

- rade **brzo**
- uče **iskustveno**

## Nastavne strategije

- kako bi naučili što je brže moguće s najmanje gnjavaže, omogućiti im da rade u **njihovoj brzini** uz što **više aktivnosti**, zadataka i **aktivnih vježbi**
- skratiti predavanja, **povećati** grupne **rasprave**, **simulacije**, improvizacije i **igranje uloga** s određenim ishodom učenja u stvarnom i virtualnom formatu

# Nastavne strategije pogodne za učenike Net generacija (Y i Z)

## Osobine učenika

- uče metodom **pokušaja i pogrešaka**
- **Multitask**

## Nastavne strategije

- Zadavanje zadataka kojima, pojedinačno ili u grupama, mogu **testirati** svoje **strategije** i **otkriti rješenja**, poticati brainstorming
- Dopustite učenicima „**multitasking**“ u razredu, oni mogu slušati vas, slušati glazbu, igrati se na online igri, i poslati e-mail ili IM sve u isto vrijeme, nemojte se uvrijediti ako je njihova pažnja podijeljena, može biti nerazumno očekivati njihovu nepodijeljenu pozornost osim ako niste “bacili” pravu „udicu“

# Nastavne strategije pogodne za učenike Net generacija (Y i Z)

## Osobine učenika

- **pažnja** im je **kratkotrajna**
- **vizualno** pismeni

## Nastavne strategije

- Učenička pažnja ovisi o njihovoj **razini interesa** u nekoj aktivnosti (oni mogu satima igrati video igre); treba koristiti razne strategije koje će zadržati pažnju npr. **brzo kretanje** kroz sadržaj ili, još bolje, prebaciti se na njihov tempo pomoću tehnologije
- Uključit **grafike, slike** i vizualne prikaze u svojim prezentacijama, **video**, filmove, **YouTube**

# Nastavne strategije pogodne za učenike Net generacija (Y i Z)

## Osobine učenika

- vole **izravne** interakcije (licem u lice)
- preferiraju **timski** rad

## Nastavne strategije

- Osigurati mogućnosti za interakciju u razredu u **parovima** i malim **grupama** kroz **suradničke aktivnosti učenja**
- Stvorite im atmosferu za učenje gdje **ste dio tima**. Planirajte **grupne projekte** omogućujući im da ujedine znanje, koristite **istraživanje, raspravu**, razmjenu mišljenja, koristite improvizaciju i **kooperativne** vježbe učenja u razredu

# Nastavne strategije pogodne za učenike Net generacija (Y i Z)

## Osobine učenika

- traže **feedback**
- **instant zadovoljenje**
- preferiraju **tipkanje**

## Nastavne strategije

- Osigurati konstruktivan **feedback-pozitivan i negativan**
- Uzmite u obzir **potrebe** učenika prilikom objavljivanja rezultata ispita i drugih oblika **povratne informacije**; ali ih naučite i **samokontroli** te potičite **strpljenje** umjesto frustracija i dosade
- Potaknuti učenike da **bilješke i zadatke** rade na svojim **računalima**

# Literatura:

- Ronald A. Berk: Teaching Strategies for the Net Generation , The Johns Hopkins University
- BC,NCVVO, Agencija za strukovno obrazovanje: Upravljanje razredom, poglavlje 3. Generacijske razlike i kako ih premostiti
- Milka Rimac: Istraživanje obilježja Generacije Z – Radi li se zaista o novoj generaciji zaposlenika? Ekonomski fakultet u Zagrebu
- Vlasta Ilišin... [et al.]: Mladi u vremenu krize : prvo istraživanje IDIZ-a i Zaklade Friedrich Ebert o mladima, [Institut za društvena istraživanja u Zagrebu : Friedrich Ebert Stiftung, 2013](#)
- <http://liderpress.hr/poslovna-znanja/sto-mozemo-nauciti-generaciju-z-i-sto-mozemo-nauciti-od-njih/>