



Kauno technologijos universitetas

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajos

Magistro baigiamasis projektas

Rosita Jocytė

Projekto autorė

Prof. dr. Asta Savanevičienė

Vadovė

Kaunas, 2021



Kauno technologijos universitetas

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajos

Magistro baigiamasis projektas

Žmonių išteklių vadyba (6211LX039)

Rosita Jocytė

Projekto autorė

Prof. dr. Asta Savanevičienė

Vadovė

Doc. Jurga Duobienė

Recenzentė

Kaunas, 2021



Kauno technologijos universitetas

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Rosita Jocytė

Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajos

Akademinio sąžiningumo deklaracija

Patvirtinu, kad:

1. baigiamąjį projektą parengiau savarankiškai ir sąžiningai, nepažeisdama(s) kitų asmenų autoriaus ar kitų teisių, laikydamasi(s) Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo nuostatų, Kauno technologijos universiteto (toliau – Universitetas) intelektinės nuosavybės valdymo ir perdavimo nuostatų bei Universiteto akademinės etikos kodekse nustatytų etikos reikalavimų;
2. baigiamajame projekte visi pateikti duomenys ir tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti teisėtai, nei viena šio projekto dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar elektroninių šaltinių, visos baigiamojo projekto tekste pateiktos citatos ir nuorodos yra nurodytos literatūros sąrašė;
3. įstatymų nenumatytų piniginių sumų už baigiamąjį projektą ar jo dalis niekam nesu mokėjęs (-usi);
4. suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo ar kitų asmenų teisių pažeidimo faktui, man bus taikomos akademinės nuobaudos pagal Universitete galiojančią tvarką ir būsiu pašalinta(s) iš Universiteto, o baigiamasis projektas gali būti pateiktas Akademinės etikos ir procedūrų kontrolieriaus tarnybai nagrinėjant galimą akademinės etikos pažeidimą.

Rosita Jocytė

Patvirtinta elektroniniu būdu

Rosita Jocytė. Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajos. Magistro studijų baigiamasis projektas / vadovė Prof. dr. Asta Savanevičienė; Kauno technologijos universitetas, Ekonomikos ir verslo fakultetas.

Studijų kryptis ir sritis (studijų krypčių grupė): Verslas ir viešoji vadyba, Žmonių išteklių vadyba.

Reikšminiai žodžiai: skirtingos kartos, emocinė kompetencija, sąsajos.

Kaunas, 2021. 70 p.

Santrauka

Nuo seno žinoma, jog skirtinga aplinka veikia tam tikrais laikotarpiais gimusių žmonių grupių formavimąsi. Kūdikių bumo ir X kartos gimė technologijų neveikiamoje aplinkoje, Y karta buvo pirmoji skaitmeninės kartos banga, gimusi technologijų bumo metu, o tuo tarpu Z karta gimė jau išsivysčiusiame technologijų pasaulyje. Atlikti tyrimai atskleidžia, kad šie technologiniai pokyčiai atnešė ir teigiamos, ir neigiamos įtakos skirtingų kartų formavimuisi.

Šiuo metu darbo rinkoje daugiausia X bei Y kartos atstovų, o tuo tarpu Z karta yra organizacijų potencialas – naujai į darbo rinką žengianti karta. Teisingas skirtingų kartų valdymas įmonėje yra raktas į organizacijos sėkmę, o darbuotojų emocinė kompetencija yra vienas iš faktorių padedantis įgyvendinti organizacinius tikslus.

Šio baigiamojo projekto problema yra skaitmeninių technologijų naudojimo sąsajos su skirtingų kartų emocinėmis kompetencijomis, o objektas - sąsajos tarp skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos.

Tyrimo tikslas yra nustatyti sąsajas tarp skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos. Šiam tikslui pasiekti keliami šie uždaviniai:

1. apibrėžti emocinės kompetencijos ir skaitmeninių technologijų sampratą;
2. apibrėžti skirtingas kartas skaitmeninių technologijų vystymosi kontekste bei atskleisti skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo tikslus ir dažnį;
3. parengti skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų modelį.
4. ištirti sąsajas tarp skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos.

Atlikto tyrimo rezultatai atskleidė, kad nėra statistiškai reikšmingo skirtumo vertinant skirtingoms kartoms priskiriamų respondentų emocinę kompetenciją (su maža išimtimi) - respondentų emocinė kompetencija nepriklauso nuo to kuriai kartai apklausos dalyviai priskiriami ir skirtinga technologinė aplinka kartų formavimosi periodu emocinei kompetencijai įtakos nedaro. Tačiau atlikus tyrimą paaiškėjo, kad skaitmeninių technologijų naudojimas gali turėti ir teigiamos, ir neigiamos įtakos emocinei kompetencijai. Respondentai, kurie naudoja skaitmenines technologijas kaip bendravimo priemonę lavina savo tarpasmeninę emocinę kompetenciją, tačiau buvo nustatyta,

kad socialinio tinklo „Instagram“ naudojimas neigiamai veikia respondentų asmeninę emocinę kompetenciją. Taigi vertinant tyrimo rezultatus paaiškėjo, kad emocinei kompetencijai įtaką daro ne priklausymas vienai ar kitai kartai, bet skaitmeninių technologijų naudojimo įpročiai. Nepriklausomai nuo to kuriai kartai respondentas priklauso, jo emocinė kompetencija gali būti išvystyta geriau ar blogiau vertinant tai kiek laiko ir kokiomis skaitmeninėmis technologijomis jis naudojasi.

Rosita Jocytė. Linkage Between the Usage of Digital Technologies and Emotional Competence in Context of Different Generations. Master's Final Degree Project / supervisor Prof. dr. Asta Savanevičienė; School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Study field and area (study field group): Business and Public Management, Human Resources Management.

Keywords: different generations, emotional competence, linkage between.

Kaunas, 2021. 70 p.

Summary

It has long been known that different environments affect the formation of groups of people born at certain times. The Baby boomers and the X generation were born in a technology-neutral environment, the Y generation was the first digital generation wave to be born during the technology boom, while the Z generation was born in an already developed world of technology. Research reveals that these technological changes have brought both positive and negative effects on the formation of different generations.

Currently, the labor market is dominated by the X and Y generations, while the Z generation is the potential of organizations - a new generation entering the labor market. Proper management of different generations in the company is the key to the success of the organization, and the emotional competence of employees is one of the factors that helps to achieve organizational goals.

The problem of this final project is linkage between the usage of digital technologies and emotional competences of different generations, and the object is the linkage between different generations usage of digital technologies and their emotional competences.

The aim of the study is to identify the linkage between the use of digital technologies and the emotional competence of different generations. To achieve this goal, the following tasks are set:

1. define the concept of emotional competence and digital technologies;
2. to define different generations in the context of digital technology development and to reveal the goals and frequency of different generations usage of digital technologies;
3. to develop a model of the links between digital technologies used by different generations and emotional competence;
4. to examine the links between the use of digital technologies and the emotional competence in the context of different generations.

The results of the study revealed that there is no statistically significant difference in the assessment of emotional competence of respondents belonging to different generations (with a small exception) - respondents' emotional competence does not depend on which generation the survey participants belong to, and the different technological environment does not affect emotional competence during generations. However, research has shown that the use of digital

technologies can have both positive and negative effects on emotional competence. Respondents who use digital technologies as a means of communication develop their interpersonal emotional competence, but it was found that the use of the social network called Instagram negatively affects the respondents' personal emotional competence. Thus, the evaluation of the research results revealed that emotional competence is influenced not by belonging to one or another generation, but by the habit of using digital technologies. Regardless of which generation the respondent belongs to, his or her emotional competence may be developed better or worse by assessing how long and what digital technologies he or she uses.

Turinys

Paveikslų sąrašas	9
Lentelių sąrašas	10
Įvadas.....	11
1. Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų problematika	13
2. Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų teoriniai sprendiniai	19
2.1 Skaitmeninių technologijų samprata ir jų naudojimas	19
2.2 Emocinės kompetencijos konstruktas.....	21
2.3 Skirtingos kartos skaitmeninių technologijų vystymosi kontekste.....	32
2.3.1 Kartų samprata bei tipologija	32
2.3.2 Skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo tikslai ir dažnis.....	36
2.4 Skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos sąsajų modelis	39
3. Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų tyrimo metodika.....	41
3.1 Tyrimo tikslas ir uždaviniai.....	41
3.2 Tyrimo dizainas	41
3.3 Tyrimo eiga ir organizavimas.....	44
4. Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų tyrimo rezultatų analizė	45
4.1 Respondentų charakteristika.....	45
4.2 Skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo raiška.....	46
4.3 Skirtingų kartų emocinės kompetencijos raiška	55
4.4 Sąsajos tarp skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos	60
Išvados ir rekomendacijos	64
Literatūra	66
Priedai.....	71
1 priedas. Klausimynas.....	71

Paveikslų sąrašas

1 pav. Emocinės kompetencijos konstruktas (sudarytas remiantis Goleman, 2006)	24
2 pav. Emocinės kompetencijos konstruktas (sudaryta remiantis Denham (Zsolnai, 2015))	26
3 pav. Emocinės kompetencijos konstruktas pagal Mayer ir Salovey (sudaryta remiantis Fernández-Berrocal, Extremera, 2006)	31
4 pav. Internetu naudojęsi asmenys pagal amžių grupes 2018m. (Lietuvos statistikos departamento duomenys)	36
5 pav. Asmenų pasiskirstymas pagal naudojimosi internetu dažnumą ir amžių 2018 m. (Lietuvos statistikos departamento duomenys)	37
6 pav. Interneto naudojimas bendravimo socialiniuose tinkluose tikslu pagal amžiaus grupes 2018 m. (Lietuvos statistikos departamento duomenys)	38
7 pav. Skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos sąsajų modelis (sudaryta autorės)	40
8 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžiaus grupes	45
9 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą	46
10 pav. Laikas per dieną praleistas naudojant skaitmenines technologijas	47
11 pav. Skaitmeninių technologijų naudojimas pagal respondentų išsilavinimą	48
12 pav. Skirtingų socialinių tinklų naudojimas asmeniniais tikslais pagal amžiaus grupes	50
13 pav. Aktyvaus komunikavimo veikla pagal amžiaus grupes	52
14 pav. Pasyvaus naudojimo veikla pagal amžiaus grupes	53
15 pav. Ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimo veikla pagal amžiaus grupes	54
16 pav. Respondentų socialiniuose tinkluose praktikuojama veikla pagal amžiaus grupes	54
17 pav. Respondentų emocinės kompetencijos raiškos skirtumai pagal amžiaus grupes	56
18 pav. Asmeninės emocinės kompetencijos raiškos skirtumai pagal amžiaus grupes	57
19 pav. Tarpasmeninės emocinės kompetencijos raiška pagal amžiaus grupes	58

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Autorių požiūris į kartas ir emocinį intelektą.....	17
2 lentelė. Skirtingų autorių skaitmeninių technologijų samprata.....	19
3 lentelė. Skirtingų autorių pateikiama kompetencijos sąvoka.....	22
4 lentelė. Emocinės kompetencijos sub-kategorijos (sudaryta pagal Goleman, 2006).....	24
5 lentelė. Emocinės kompetencijos sub-kategorijos (pagal Goleman, 1995; 2006).....	24
6 lentelė. Savęs suvokimo kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą).....	26
7 lentelė. Savireguliacijos kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą).....	27
8 lentelė. Motyvacijos kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą).....	27
9 lentelė. Socialinio nuovokumo kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą).....	28
10 lentelė. Socialinių įgūdžių kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą).....	29
11 lentelė. Emocinės kompetencijos raiška (sudaryta remiantis Brasseur, Gre’goire, Bourdu, Mikolajczak (2013) ir Skarbalienė, Skarbalius, Mikolajczak (2019)).....	31
12 lentelė. Kartos samprata.....	33
13 lentelė. Kartų skirstymo periodai (sudaryta remiantis Statnickė, 2016).....	33
14 lentelė. Populiariausi socialiniai tinklai Lietuvoje (šaltins vz.lt).....	38
15 lentelė. Anketinės apklausos klausimyno pagrindimas.....	41
16 lentelė. PEClT klausimyno skaičiavimo algoritmas (pagal Skarbalienės, Skarbalius ir Mikolajczak, 2019).....	42
17 lentelė. Klausimyno patikimumo vertinimas.....	43
18 lentelė. Klausimyno atsakymų kodavimas.....	44
19 lentelė. Skirtingų kartų respondentų skaitmeninių technologijų naudojimo skirtumai.....	48
20 lentelė. Skirtingų kartų respondentų populiariausių socialinių tinklų naudojimo skirtumai.....	51
21 lentelė. Skirtingų kartų veiklos būdų socialiniuose tinkluose skirtumai.....	55
22 lentelė. Skirtingų kartų emocinės kompetencijos skirtumai.....	59
23 lentelė. Z kartos emocinės kompetencijos vertinimas lyginant su vyresnėmis kartomis.....	59
24 lentelė. Emocinės kompetencijos ir skaitmeninių technologijų naudojimo koreliacinė analizė	60
25 lentelė. Emocinės kompetencijos ir skirtingų socialinių tinklų naudojimo koreliacinė analizė	61
26 lentelė. Asmeninės emocinės kompetencijos raiškos būdų ir skirtingų socialinių tinklų naudojimo koreliacinė analizė.....	62

Įvadas

Šiuo metu darbo rinkoje daugiausia X bei Y kartos atstovų, tuo tarpu Z karta yra organizacijų potencialas – naujai į darbo rinką žengianti karta. Njoroge ir Yazdanifard (2014) teigimu, teisingas skirtingų kartų valdymas įmonėje yra raktas į organizacijos sėkmę. Autoriai nurodo, kad tinkama skirtingų kartų integracija į organizacijos veiklą sudaro sąlygas efektyviam bendradarbiavimui, kuomet vyresnės kartos perduoda savo sukauptas žinias bei patirtį naujosioms kartoms, o tuo tarpu naujosios darbo rinkos kartos savo ruožtu perduoda naujas idėjas bei techninius įgūdžius. Viena iš sėkmingo bendradarbiavimo sąlygų yra darbuotojų emocinė kompetencija.

Darbuotojų emocinė kompetencija tampa vis svarbesniu faktoriumi padedančiu siekti efektyvių organizacijos rezultatų vertinant ne tik darbuotojų bendradarbiavimą. Laikomasi nuomonės, kad darbuotojų, kurių darbo veikla susijusi su žmonėmis, kur kas didesnę darbo sėkmę lemia aukšta emocinė kompetencija, o ne aukštas intelektas (Antinienė, Lekavičienė, 2012). Be to, nustatyta, kad emocinė darbuotojo būseną lemia jo atsidavimą darbui, emocinį ryšį su organizacija ir didesnę lojalumą darbdaviui (Goleman, 1998; Njoroge, Yazdanifard, 2014). Nors emocinė kompetencija svarbi visiems darbuotojams, tačiau ypatinga svarba pastebima tarp vadovaujančias pozicijas užimančių darbuotojų. Buvo nustatyta, kad beveik du trečdalius pagrindinių kompetencijų, reikalingų vadovaujančias pozicijas užimantiems darbuotojams, sudaro būtent emocinei kompetencijai priskiriamos savybės (Ramanauskas, 2014).

Nuo seno žinoma, jog skirtinga aplinka veikia tam tikrais laikotarpiais gimusių žmonių grupių formavimąsi. Kūdikių bumo ir X kartos gimė technologijų neveikiamoje aplinkoje, Y karta buvo pirmoji skaitmeninės kartos banga, gimusi technologijų bumo metu, tuo tarpu Z karta gimė jau išsivysčiusiame technologijų pasaulyje. Kaip rodo tyrimai, šie technologiniai pokyčiai atnešė ir teigiamos ir neigiamos įtakos. Naujųjų kartų atstovų bendravimo įpročiams persikėlus į virtualiąją erdvę, išryškėjo akivaizdūs skirtingų kartų socialinių kompetencijų skirtumai todėl tarpasmeninių santykių valdymas patiria vis daugiau iššūkių (Pečiuliauskienė, 2018). Taip pat pastebima, kad naujosios kartos susiduria su sunkumais bendraujant realiame gyvenime, dažniau jaučia nerimą, susiduria su sunkumais sprendžiant konfliktines situacijas (Bensik, 2016; Tari, 2011).

Kaip teigia Rosen (2012), naujieji Z kartos atstovai didelę savo laiko dalį praleisdami virtualiojoje realybėje vis dažniau susiduria su socialine fobija, dažniau kenčia nuo depresijos. Pečiuliauskienės (2018) atliktas tyrimas atskleidė, kad egzistuoja akivaizdūs santykių kūrimo ir palaikymo skirtumai lyginant X ir Z kartas, kuriuos autorė grindžia skirtinga technologine kartų aplinka. Atliekant tyrimą, buvo analizuojamos tokios gebėjimų sritys kaip atsiskleidimas kitiems, emocin pagalba, tarpasmeninių santykių iniciavimas, negatyvių tvirtinimų bei konfliktų valdymas. Tokie gebėjimai kaip atsikleidimas kitiems bei negatyvių tvirtinimų valdymas yra asmeninės emocinės kompetencijos dalis, o tuo tarpu tarpusavio santykių, konfliktų valdymas bei santykių iniciavimas yra tarpasmeninės emocinės kompetencijos dalis, kurios kartu sudaro bendrą emocinę kompetenciją.

Atliekant šį tyrimą, bus siekiama parodyti, kad skaitmeninių technologijų naudojimas daro įtaką skirtingų kartų emocinėms kompetencijoms, todėl organizacijos, siekdamos organizacinių tikslų, turi atkreipti dėmesį į naujųjų kartų darbuotojų emocinės kompetencijos ugdymą.

Problema – skaitmeninių technologijų naudojimo sąsajos su skirtingų kartų emocinėmis kompetencijomis.

Tyrimo objektas – sąsajos tarp skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos.

Tyrimo tikslas – nustatyti sąsajas tarp skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos.

Tyrimo uždaviniai:

1. apibrėžti emocinės kompetencijos ir skaitmeninių technologijų sampratą;
2. apibrėžti skirtingas kartas skaitmeninių technologijų vystymosi kontekste bei atskleisti skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo tikslus ir dažnį;
3. parengti skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų modelį.
4. ištirti sąsajas tarp skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos.

Darbo metodai: mokslinės literatūros analizė, kiekybinis tyrimas, duomenų analizė, rezultatų analizė.

Pirmoje baigiamojo projekto dalyje „Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų problematika“, remiantis moksline literatūra bei iki šiol atliktais moksliniais tyrimais, pateikiama atliekamo tyrimo problemos analizė bei pagrindžiamas tyrimo būtinumas. Remiantis pirmoje dalyje pateikta problemos analize, antroje baigiamojo projekto dalyje pateikiami skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų teoriniai sprendiniai. Šioje dalyje analizuojama skaitmeninių technologijų bei jų naudojimo samprata, emocinės kompetencijos konstruktas, skirtingos kartos skaitmeninių technologijų vystymosi kontekste bei pateikiamas skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos sąsajų modelis. Trečioje projekto dalyje pateikiama atliekamo empirinio tyrimo metodika, o ketvirtoje baigiamojo projekto dalyje pateikiama skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų tyrimo rezultatų analizė.

1. Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų problematika

Spartėjantis gyvenimo tempas bei itin dinamiška aplinka šių dienų asmenybėms kelia vis didesnius reikalavimus. Bendravimui persikėlus į virtualią erdvę tampa vis sunkiau ugdyti socialines asmens kompetencijas – tampa įprasta palaikyti virtualų kontaktą, tačiau gyvo kontakto poreikis vis dar išlieka reikalingas. Antinienė ir Lekavičienė teigia, kad „sekasi dažniau tiems, kurie išsiskiria aukštu emociniu intelektu, geba susiorientuoti gausiose socialinėse tarpusavio sąveikose ir spręsti socialines situacijas“ (Antinienė, Lekavičienė, 2012, p. 89). Plati kartų įvairovė organizacijose taip pat kelia vis didesnius iššūkius. Kaip teigia Twenge ir kt. (2010) vienas didžiausių iššūkių ateinančiais metais organizacijoms bus vyresnio amžiaus darbuotojų pakeitimas naujosios Z kartos atstovais. Autoriai nurodo, kad siekiant efektyviai pritraukti ir integruoti naująją kartą, organizacijos turi aiškiai suprasti naujosios kartos darbo vertybes ir tai kuo Z karta skiriasi nuo ankstesnių kartų.

Emocinės kompetencijos svarba darbo vietoje nuo seno laikoma vienu esminių darbo rezultatų veiksmu (Lemisiou, 2018). Goleman'as (1998) nustatė, kad kai kuriais atvejais aukštas emocinių kompetencijų lygis daro didesnę įtaką darbo našumui nei geri techniniai įgūdžiai darbo vietoje. Goleman'as ir kt. vėliau (2013) papildė, kad silpnai išvystyta emocinė kompetencija daro neigiamą įtaką priimant sprendimus, nes asmuo nesugeba tiksliai nustatyti savo emocinės būsenos ir tai gali privesti prie netinkamų sprendimų priėmimo. Taip pat jau senai nustatyta, kad aukštesnė emocinė kompetencija daro įtaką pardavimų specialistų darbo rezultatams – darbuotojai, turintys aukštesnę emocinės kompetencijos lygį pasiekė kur kas geresnių darbo rezultatų lyginant su darbuotojais, kurių emocinė kompetencija išvystyta silpniau (Spencer, Spencer, 1993).

Machova's ir kt. (2020) sutinka, kad emocinės kompetencijos vystymas turi didelę teigiamą įtaką bei pagerina našumą. Autoriai nurodo, kad aukšta emocinė kompetencija padeda užmegzti geresnį ryšį su bendradarbiais, didina bendravimo efektyvumą bei empatiją, daro įtaką geresnėms karjeros perspektyvoms bei didina pasitikėjimą valdant pokyčius. Taip pat autoriai išskiria tokias teigiamas savybes kaip didesnė pagarba kitiems kartu dirbantiems asmenims, mažesnis streso lygis, didesnis pasitikėjimas savimi, pozityvus mąstymas bei kūrybiškumas.

Autorių Machov'os ir kt. (2020) nuomone, vienas svarbiausių reiškinijų šių dienų organizacijose yra organizacinė kultūra, kuri sukuria teigiamą darbo aplinką bei gerina darbo vietos rezultatus. Bendros organizacinės kultūros tikslas yra sukurti vidinį organizacijos vientisumą, o konfliktų valdymas, yra vienas iš veiksnių kuris tiesiogiai ar netiesiogiai daro įtaką organizacijos kultūros raidai (Balazs, 2014). Būtent konfliktų valdymas yra glaudžiai susijęs su asmens emocine kompetencija – autorių nuomone sėkmingam konfliktų valdymui įtaką daro ir bendros asmens savybės, emocinė būsena, organizacinė atmosfera bei konflikto dalyvių tarpusavio ryšys (Machova ir kt., 2020).

Šiuo metu darbo rinkoje vyraujanti plati kartų įvairovė skatina organizacijas suprasti ir įvertinti kartų skirtumus siekiant atskleisti skirtingų kartų privalumus bei juos panaudoti siekiant organizacinių tikslų (Akduman ir kt., 2014). Emocinė kompetencija tampa vis svarbesnė skirtingų kartų kontekste, nes aukšta emocinė kompetencija lemia didesnę darbuotojų produktyvumą, pasitenkinimą darbu, padeda sukurti ryšį tarp darbuotojo ir darbdavio, o tai lemia didesnę darbuotojo lojalumą bei atsidavimą organizacijai (Njoroge ir Yazdanifard, 2014).

Akduman ir kt. (2014) teigia, kad tarp dviejų didžiausių šių dienų darbuotojų grupių – Y ir X kartų – egzistuoja didelis skirtumas vertinant jų savęs valdymo kompetenciją. Autoriai nurodo, kad prastesnei Y kartos savitvardos kompetencijai įtakos turėjo video žaidimai bei momentinis pasitenkinimas, naudojantis interneto suteikiamomis galimybėmis. Taip pat pažymima, kad Y karta augusi su tėvais, kurie nuolat aukštino savo vaikus, tapo darbuotojais, kurie įtemptose situacijose negali susitvarkyti su savo emocijomis, bei dažnu atveju nesugeba valdyti konfliktinių situacijų.

Kalbant apie kartų skirtumus pastebima, kad nėra vieningos mokslininkų nuomonės. Vyrauja skirtingos nuomonės – vieni teigia, kad egzistuoja akivaizdūs kartų skirtumai, kiti laikosi nuomonės, kad kartos skiriasi ne visuose aspektuose. Taip pat pastebima, kad skirtinguose šaltiniuose vyrauja skirtingi tyrimų rezultatai – vieni teigia, kad kartų skirtumai egzistuoja tam tikru aspektu, kiti tyrimai atskleidžia priešingą nuomonę – kad skirtumas aptiktas nebuvo.

Aziz ir kt. (2018) nuomone, kartų skirtumai gali turėti didelę įtaką organizacijos veiklai įdarbinant, keliant kompetenciją ar motyvuojant darbuotojus. Tačiau autoriai taip pat teigia, kad kol kas vis dar sunku patvirtinti skirtingų kartų skirtumus, nes egzistuoja daug mokslinių tyrimų, kurie atskleidė kartų panašumus, o ne skirtumus žvelgiant per darbo aplinkos prizmę.

Costanza ir kt. (2012) atlikę tyrimą nustatė, kad nėra statistiškai reikšmingo skirtumo tarp skirtingų kartų vertinant su darbu susijusias nuostatas. Autoriai atliko tyrimą, siekdami nustatyti ar skiriasi tradicinės, kūdikių bumo, X ir Y kartų nuostatos vertinant pasitenkinimą darbu, organizacinį įsipareigojimą bei ketinimą keisti darbą. Atlikus tyrimą buvo pateiktos išvados, jog vertinant skirtingas kartas nebuvo aptiktas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp tirtų su darbu susijusių nuostatų. Autorių teigimu, egzistuojantys skirtumai greičiausiai yra susiję su kitais veiksniais, kurie nėra siejami su respondentų priklausymu vienai ar kitai kartai.

Tačiau 2016 metais atliktas tyrimas atskleidė kitokius rezultatus. Jena (2016) atliko tyrimą, kuriuo siekė nustatyti kaip skiriasi X ir Y kartų organizacinis įsipareigojimas. Autoriai analizavo Meyer ir Allen (1991) pasiūlytus tris skirtingus organizacinio įsipareigojimo tipus – emocinį, tęstinį ir normatyvinį organizacinį įsipareigojimą. Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad nėra skirtumo analizuojant X ir Y kartų emocinį organizacinį įsipareigojimą, tačiau vertinant tęstinį ir normatyvinį organizacinį įsipareigojimą buvo aptiktas statistiškai reikšmingas skirtumas. Paaiškėjo, kad X kartos atstovai pasižymi aukštesniu normatyviniu organizaciniu įsipareigojimu, o tuo tarpu Y kartai priskiriami respondentai pasižymi aukštesniu tęstiniu organizaciniu įsipareigojimu (Jena, 2016).

Twenge ir kt. (2010) atlikę tyrimą taip pat nustatė, kad kartos skiriasi ne visuose aspektuose. Autoriai, atlikę mokslinės literatūros analizę, iškėlė prielaidą, kad X karta, lyginant su Kūdikių bumo karta yra mažiau orientuota į altruistinį atlygį darbe. Altruistinis atlygis apima darbuotojo motyvaciją dirbant organizacijoje padėti kitiems bei visuomenei. Pasak autorių, naujosios kartos vis labiau linkusios į individualizmą ar netgi narcisizmą ir tai gali daryti įtaką darbuotojo norui dirbant padėti kitiems ar būti naudinga visuomenei atžvilgiu. Mokslininkų iškelta prielaida taip pat teigia, kad Y karta, lyginat su X karta, yra dar mažiau linkusi į altruistinį darbą. Tačiau atlikus tyrimą paaiškėjo, kad ši prielaida nepasitvirtino ir nebuvo aptiktas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp trijų skirtingų kartų polinkio į altruistinį darbą. Autoriai nustatė, kad Y karta yra tik šiek tiek mažiau linkusi į darbą, kuris suteikia galimybę būti naudinga kitiems, tačiau skirtumas nėra reikšmingas lyginant su kitomis kartomis.

2016 m. taip pat buvo atliktas tyrimas, kuris atskleidė, kad kartų skirtumai egzistuoja ne visada. Mokslininkai Nnambooze ir Parumasur (2016) atliko tyrimą, kuriuo siekė nustatyti skirtumus tarp kūdikių bumo, X ir Y kartų, vertinant jų požiūrį į atlyginimą, karjeros galimybes, statusą, įdomią bei motyvuojančią darbo aplinką, darbo lankstumą bei tobulėjimo galimybes. Atlikdami tyrimą, autoriai rėmėsi 2012 m. autorių D'Netto ir Ahmed atliktu tyrimu, kuriame buvo atskleista, kad beveik 60 proc. Y kartos atstovų aukštą atlyginimą ir premijų planus minėjo kaip vieną iš labiausiai motyvuojančių atlygio formų (D'Netto, Ahmed, 2012). Autoriai taip pat mini, kad Nimon (2010) nuomone, Y karta, pasižyminti aukštu išsimokslinimo lygiu, verčia juos ieškoti pelningesnių darbo galimybių bei taikyti didesnius lūkesčius atlyginimui bei geresnėms karjeros galimybėms darbo vietoje, lyginant juos su ankstesnėmis kartomis. Tuo tarpu kūdikių bumo karta labiau vertina karjeros galimybes, saugumą bei gerų santykių palaikymą tarp kolegų, o X karta vertina savarankiškumą, lankstumą bei kūrybiškumą, darbo ir asmeninio gyvenimo pusiausvyrą ir iššūkius (Nnambooze, Parumasur, 2016). Autorių nuomone, šie kartų skirtumai, kurie atskleidžia, kad skirtingoms kartoms priskiriami asmenys turi skirtingas vertybes, poreikius bei lūkesčius turi būti suprasti, norint skirtingas kartas sėkmingai integruoti į organizaciją (Nnambooze ir Parumasur, 2016).

Tačiau Nnambooze ir Parumasur (2016) autorių atliktas tyrimas atskleidė, kad nebuvo aptiktas reikšmingas skirtumas tarp kartų vertinant jų požiūrį į tiesioginį atlygį. Buvo nustatyta, kad kūdikių bumo, X ir Y kartoms tiesioginis atlygis yra vienodai svarbus faktorius. Tačiau vertinat įdomią bei motyvuojančią darbo aplinką, buvo rasta kartų skirtumų. Buvo nustatyta, kad kūdikių bumo kartos atstovams jų darbo aplinka yra labiau įdomi ir motyvuojanti lyginant juos su X kartos atstovais, o Y kartos atstovams buvo dar mažiau įdomi ir motyvuojanti nei X kartai priskiriamais tyrimo dalyviams. Vertinant darbo lankstumą, Y karta buvo mažiausiai patenkinta šiuo faktoriumi, o labiausiai patenkinta – X karta. Analizuojant tobulėjimo galimybes ir kartų požiūrį į tai nebuvo aptiktas statistiškai reikšmingas skirtumas – tobulėjimo galimybės darbe nėra susijusios su darbuotojų priklausymu vienai ar kitai kartai.

Kaip matome, atlikti tyrimai atskleidė tai, kad kartos ne visuomet skiriasi vertinant tam tikras su darbu susijusias nuostatas. Analizuojant skirtingas kartas, jų charakteristiką bei požiūrį, galima aptikti ne tik skirtumų, tačiau ir panašumų, taip pat pastebima, kad nėra vieningos autorių nuomonės vertinant kartų skirtumus – Costanza ir kt. (2012) atlikę tyrimą nustatė, kad nėra statistiškai reikšmingo skirtumo vertinant skirtingų kartų organizacinį įsipareigojimą, tačiau Jana (2016) atliktas tyrimas atskleidė, kad skirtumai tarp X ir Y kartų vis tik egzistuoja. Ši takoskyra tarp mokslininkų atskleidžia tai, kad kartų skirtumai gali būti ne taip lengvai identifikuojami ir nors kartos besiformuodamos tam tikrame laikmetyje perima skirtingas patirtis, tai nebūtinai daro įtaką visoms kartų charakteristikoms.

Kalbant apie informacinės technologijos akivaizdu, kad jos mus lydi kiekviename žingsnyje - bendrauti ar palaikyti kontaktą niekada nebuvo taip paprasta, o prieinamas informacijos kiekis yra milžiniškas. Pasak Brennen ir Kreiss (2014) skaitmenizacija - tai procesas, kurio metu daugelis socialinio gyvenimo sričių yra perkeliama į skaitmeninę erdvę (Praprotnik, 2016). Croteau (2012) teigia, kad skaitmeninės technologijos yra galinga jėga, kuri daro įtaką tam, kaip mes suvokiame pasaulį, o pasak McLuhano žmogaus pojūčių formavimasis veikiamas tokios aplinkos yra lemiamas ir sukkeliantis neišvengiamą socialinį poveikį visuomenei (Musik, Bogner, 2019).

Thulin ir Vilhelmson (2019) teigia, kad skaitmeninių technologijų naudojimas kasdieniame gyvenime labiausiai paveikė laisvalaikio praleidimo formas. Autoriai nurodo, kad ypatingai jaunesniųjų kartų atstovų įpročiai pasikeitė labiausiai ir pokytis tebevyksta. Tokios skaitmeninės technologijos kaip video žaidimai bei socialinė medija formuojama būtent atsižvelgiant į naujų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo įpročius (Deuze, 2011; Loos ir kt., 2012), nes jie yra pagrindiniai ir potencialiausi skaitmeninių technologijų naudotojai (Thulin, Vilhelmson, 2019).

2018 metais Chandel atliko tyrimą, kuriuo buvo siekiama išsiaiškinti, ar socialiniai tinklai daro įtaką paauglių emociniam intelektui. Autorė teigia, kad socialiniai tinklai yra kertinis žinių ir informacijos perdavimo momentas. Socialiniuose tinkluose mes ne tik gauname informaciją, bet ir galime laisvai į ją reaguoti palikdami komentarus, bei dalinis savo turima informacija, mintimis bei jausmais. Autorės teigimu, dažniausiai socialiniuose tinkluose žmonės linkę dalintis teigiamomis emocijomis, nepriklausomai nuo to, kas vyksta realiame gyvenime. De Choudhury ir Gamon (2013) nustatė, kad sumažėjęs aktyvus socialinių tinklų naudotojo aktyvumas socialiniuose tinkluose, kartais gali būti vienas iš ankstyvųjų depresijos požymių (Chandel, 2018). Įvertinus šią informaciją Chandel atliko tyrimą, kuriuo siekė išsiaiškinti, kokią įtaką socialiniuose tinkluose praleistas laikas daro paauglių emociniam intelektui. Tyrimas buvo atliekamas tarp Indijos studentų, lygiomis dalimis paskirsčius vyrus bei moteris – tyrime dalyvavo 600 vyrų ir tiek pat moterų. Tačiau atlikus tyrimą paaiškėjo, kad socialiniuose tinkluose praleistas laikas nedaro pastebimos įtakos respondentų emociniam intelektui. Netgi priešingai – buvo nustatyta, kad asmenys, socialiniuose tinkluose praleidžiantys 2 valandas pasižymi žemesniu emociniu intelektu, lyginant su respondentais, kurie socialiniuose tinkluose praleidžia vidutiniškai 4 valandas per dieną. Autorės teigimu studentai, socialiniams tinklams skiriantys daugiau laiko, geriau pažįsta save, nes skiria daugiau laiko savo minčių bei požiūrio į gyvenimą atskleidimui (Chandel, 2018).

Tačiau kitų autorių nuomone skaitmeninės technologijos daro ir neigiamą poveikį. 2010 metų duomenimis Jungtinių Amerikos Valstijų paaugliai per dieną praleidžia vidutiniškai 8,5 valandas naudodamiesi išmaniaisiais įrenginiais. Lyginant su 2006 metais šis skaičius padidėjo 2 valandomis (Giedd, 2012). Lenhart (2010) teigia, kad 12-17 metų paaugliai dažniau bendrauja žinutėmis nei gyvai, tačiau pasak Knapp ir Hall (2010) bendraudami virtualioje erdvėje mes nematome savo pašnekovo ir negalime įvertinti neverbalinės, kūno kalbos, o tai labai svarbi bendravimo dalis, nes tik gyvo kontakto metu, galima įvertinti pašnekovo veido išraišką, balso toną. Kuomet skaitmeninės technologijos naudojamos taip plačiai, tai susilpnina asmens tiesioginį patyrimą reikalingą ugdyti bei įsisavinti socialinius įgūdžius (Giedd, 2012).

2014 metais buvo atliktas eksperimentas, kurio metu grupė vaikų savaitę laiko praleido stovykloje negalėdami naudotis jokiais išmaniaisiais prietaisais. Buvo nustatyta, kad vaikai leisdami laiką su suaugusiais ir kitais vaikais ženkliai pagerino savo sugebėjimus pažinti emocijas ir jas skaityti. Buvo padaryta išvada, kad bendravimas naudojant išmaniuosius įrenginius neigiamai veikia vaikų sugebėjimą skaityti neverbalinę kūno kalbą bei pažinti emocijas (Uhls ir kt., 2014).

Pečiuliauskienės 2018 metais atliktame tyrime buvo siekiama iširti naujosios Z kartos tarpasmeninės komunikacijos gebėjimus. Siekiant įvertinti kartos išskirtinumus, atliekant tyrimą buvo lyginamos dvi – X ir Z kartos. Tyrimo aktualumą autorė grindė skirtinga kartų technologine aplinka. Pasak jos naujoji Z ir ankstesnė Y kartos gyvena skirtingose realybėse. Rosen (2012)

teigia, kad Z kartos atstovų gyvenimams persikėlus į virtualią realybę daugelis jos atstovų patiria sutrikimus susijusius su socialine fobija, kenčia nuo depresijos (Pečiuliauskienė, 2018). Pečiuliauskienė analizavo penkias gebėjimų grupes: atsiskleidimo kitiems, emocinės pagalbos, tarpasmeninių santykių iniciavimo, negatyvių tvirtinimų bei konfliktų valdymo sritis. Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad egzistuoja gan aiškus tarpasmeninės komunikacijos gebėjimų skirtumas X ir Z kartose. Kalbant apie tarpasmeninių santykių iniciavimą X kartos atstovams svarbiau yra aktyvi veikla, o tuo tarpu Z kartos atstovams svarbiau pokalbio iniciavimas ir jo palaikymas. Z kartos tiriamiesiems emocinė pagalba svarbesnė sprendžiant problemas susijusias su šeima ir artimiausiais draugais, kai tuo tarpu X kartos atstovams – sprendžiant problemas susijusias su globaliais, karjeros sprendimais. Taip pat atlikus tyrimą paaiškėjo, kad naujosios Z kartos atstovams negatyvių tvirtinimų gebėjimai turi mažiausią reikšmę – jiems sunkiau pašnekovui pasakyti, kad nepatinka jo elgesys bei kaip jis bendrauja, o tarp X kartos tiriamųjų šis būdo bruožas nebuvo išskirtas. Analizuodami atliktą tyrimą matome, kad autorės nuomone egzistuoja gan aiškūs tarpasmeninių santykių kūrimo ir palaikymo skirtumai, galimai paveikti skirtingos technologinės aplinkos bei vertybių sistemos kartos formavimosi periodu.

Nors vyrauja nuostata, kad vyresnių kartų atstovai geriau suvokia savo emocijas ir save, tačiau analizuojant mokslinę literatūrą pastebima, kad skirtingi autoriai pateikia skirtingą požiūrį ir bendro susitarimo nėra. 1 lentelėje pateikiamas autorių požiūris apie skirtingų kartų emocinį intelektą (žr. 1 lent.).

1 lentelė. Autorių požiūris į kartas ir emocinį intelektą

Autorius	Pateikiamas požiūris į kartas ir emocinį intelektą.
Kafetsios (1996)	Su amžiumi emocinis intelektas didėja – vyresni žmonės pasižymi aukštesniu emociniu intelektu.
Sengupta ir Jha (2014)	Asmenys iki trisdešimties metų pasižymi žemesniu emociniu intelektu nei tie, kurie yra sulaukę trisdešimties ir daugiau.
Cabello ir kt. (2016)	Vidutinio amžiaus asmenys pasižymi aukštesniu emociniu intelektu nei jaunesnio ar vyresnio amžiaus suaugusieji (Sukhamani, 2018).

Kaip matome 1 lentelėje, nėra bendro mokslininkų susitarimo kaip emocinį intelektą vertinti kartų kontekste. Kafetsios (1996) teigia, kad emocinis intelektas su amžiumi tik didėja. Sengupta ir Jha (2014) taip pat laikosi nuomonės, kad asmenys iki 30 metų pasižymi aukštesniu emociniu intelektu nei vyresnio amžiaus individai. Tačiau Cabello ir kt. (2016) atlikę tyrimą išsiaiškino, kad žmogaus emocinis intelektas svyruoja. Autoriai sutiko, kad jaunesnio amžiaus asmenys pasižymi žemesniu nei vidutinio amžiaus asmenų emociniu intelektu, tačiau nustatė, kad vyresnio amžiaus žmonių emocinis intelektas yra žemesnis nei vidutinio amžiaus respondentų. Taigi asmens emocinis intelektas didėja tik iki tam tikro amžiaus, o vėliau jis ima mažėti. Kaip matome nėra vieningos mokslininkų nuomonės vertinant skirtingo amžiaus asmenų emocinį intelektą. Nors kai kurių autorių nuomone emocinis intelektas yra įgimtas, o tuo tarpu emocinė kompetencija – emocinio intelekto pagrindu išugdyti įgūdžiai (Goleman, 2001), kurie gali būti tobulinami visą gyvenimą.

Analizuojant mokslinę literatūrą, kurioje nagrinėjama kaip skaitmeninės technologijos veikia skirtingų kartų emocines kompetencijas, pastebima, kad šia tema nėra atlikta daug tyrimų. Taip pat pastebima, kad skirtinguose šaltiniuose pateikiami skirtingi tyrimų rezultatai. Vis dar nėra vieningos mokslininkų nuomonės vertinant kartų skirtumus bei skaitmeninių technologijų naudojimo žala, taip pat mokslininkai vis dar nesutaria ir dėl skirtingų kartų emocinės kompetencijos vertinimo. Kadangi šiuo metu darbo rinkoje vyrauja platus skirtingų kartų atstovų spektras, ir į darbo rinką vis užtikrinčiau žengia naujoji Z karta, kyla poreikis suprasti, kaip skirtinga skaitmeninių technologijų aplinka veikia skirtingų kartų atstovų emocinę kompetenciją. **Toliau šiame baigiamajame magistro projekte keliamas probleminis klausimas – kokios sąsajos tarp skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos?**

2. Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų teoriniai sprendiniai

Šiame skyriuje analizuojama mokslinė literatūra siekiant apibrėžti emocinės kompetencijos konstrukta, bendrą kartos sampratą bei skirtingų kartų tipologiją. Siekiant įvertinti sparčiai besikeičiančios technologinės aplinkos poveikį kartų formavimuisi, analizuojama skaitmeninių technologijų samprata. Skyriaus pabaigoje pateikiamas skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų modelis.

2.1 Skaitmeninių technologijų samprata ir jų naudojimas

Skirtingi autoriai pateikia skirtingas skaitmeninių technologijų sąvokas (žr. 2 lent.), tačiau bendraja prasme tai elektroniniai prietaisai, įrenginiai bei sistemos, kurie generuoja, apdoroja bei saugo įvairius duomenis. Kita vertus, skaitmeninės technologijos yra neatsiejama mūsų kasdienės veiklos dalis kurios gali būti suprantamos kaip procesas, apimantis išmaniųjų įrenginių naudojimą.

2 lentelė. Skirtingų autorių skaitmeninių technologijų samprata

ŠALTINIS	SĄVOKA
Loebbecke (2006)	Skaitmeninės technologijos tai technologijos skirtos kūrybai, duomenų analizavimui ir jų perdavimui, kurias galima apibendrinti kaip informacijos, komunikacijos ir medijos technologijomis.
McPake, Plowman, Stephen (2013)	Skaitmeninės technologijos tai tokie įrenginiai kaip kompiuteriai, televizoriai, video žaidimų konsolės, muzikos klausymo prietaisai ir mobilieji telefonai.
Fitzgerald ir kt. (2014)	Tai socialinė medija, mobilūs telefonai, analizės bei įterptinės sistemos.

Kaip matome 2 lentelėje, skaitmeninės technologijos gali būti suprantamos kaip įrenginiai (McPake, Plowman, Stephen, 2013; Fitzgerald ir kt., 2014) bei kaip priemonė duomenų apdorojimui (Loebbecke, 2006). Išanalizavę skaitmenines technologijas, autoriai Roglinger'is , Berger'is, Denner'is (2018) pateikė 4 sluoksnių skaitmeninių technologijų klasifikaciją. Autorių teigimu skaitmeninės technologijos gali būti suprantamos kaip (1) įrenginys (angl. *device*), (2) interneto tinklas (angl. *network*), (3) turinys (angl. *content*) ir (4) naudojimas (angl. *service*).

Analizuodami pirmąjį, „įrenginio“ sluoksnį, autoriai nurodo, kad tai yra pamatiniai skaitmeninių technologijų funkciją atliekantys prietaisai. Šis sluoksnis apibrėžia kompiuterius, telefonus bei kitus fizinius įrenginius bei šių prietaisų operacinę sistemą, reikalingą jų funkcijai atlikti.

Antrasis, „internetu tinklo“ sluoksnis, - apibūdinamas kaip socialinės-techninės aplinkos priemonė, skirta informacijai perduoti. Ši sritis apibūdinama kaip informacijos srautų tarp subjektų dalijimosi lygis ir autoriai pabrėžia, kad svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad tai nėra vien tik informacijos perdavimas, tačiau informacijos dalijimasis, kuris ir sudaro socialinę-techninę aplinką.

Trečiasis, „turinio“ sluoksnis, skaitmeninių technologijų kontekste autorių apibrėžiamas kaip duomenų naudojimo ir apdorojimo būdas. Miller'is ir Mork'as (2013) duomenų grandinės idėją skirsto į tris duomenų sąveikos būdus: informacijos atradimas, jos integravimas, susijęs su

skirtingos informacijos derinimu, bei informacijos analizavimas, leidžiantis generuoti tam tikras išvalgas (Roglinger, Berger, Denner, 2018).

Paskutinis, ketvirtasis naudojimo sluoksnis, pasak Arthur'o (2009), apibūdinamas kaip skaitmeninių technologijų naudojimas žmogaus poreikiams ir nukreiptas būtent į paskirtį žmonėms (Roglinger, Berger, Denner, 2018). Roglinger'is, Berger'is ir Denner'is (2018) teigia, kad Arthur (2009) pateiktas skaitmeninių technologijų supratimas papildo gan techninį požiūrį į jas bei paaiškina pagrindinį skaitmeninių technologijų principą ir esminę idėją - jos sukurtos tam, kad pasitarnautų žmonėms. Autoriai taip pat pažymi, kad skaitmeninių technologijų naudojimas dar gali būti skirstomas į aktyvų bei pasyvų naudojimą. Aktyvus skaitmeninių technologijų naudojimas reiškia, kad žmonės pridėtinę vertę semiasi tiesiogiai naudodamiesi skaitmeninėmis technologijomis ir apima nuolat naudojamus įrenginius (pvz. mobilieji telefonai, kompiuteriai). Pasyvus naudojimas priešingai, reiškia, kad žmonės neturi tiesioginio kontakto su skaitmeninėmis technologijomis ir tą sąveiką vykdo kitos, tarpinės technologijos.

Kalbant apie bendravimą įgalinančias skaitmenines technologijas, Grimmelmann'as (2009) pateikia tris skaitmeninių technologijų naudojimo priežastis:

1. **tapatybė** – tai būdas atskleisti save taip, kaip asmuo nori, kad jį matytų kiti;
2. **socialiniai ryšiai** – galimybė megzti naujus, bei palaikyti esamus ryšius su kitais žmonėmis;
3. **bendruomenė** – galimybė burtis ir priklausyti tam tikrai žmonių grupei, bendruomenei, bei įtvirtinti savo statusą joje.

Šios skaitmeninių technologijų naudojimo priežastys apibrėžia skaitmeninių technologijų naudojimą per tarpasmeninių santykių valdymą naudojant išmaniuosius įrenginius. Tai rodo, kad savo tapatybės atskleidimas, socialinių ryšių mezgimas bei būrimasis į bendruomenes taip pat pakito ir dažnu atveju persikėlė į virtualią erdvę.

Kaip teigia Burke'as ir kt. (2011), kalbant apie veiklą „Facebook“ platformoje, yra išskiriamos trys pagrindinės veiklos – aktyvus komunikavimas, pasyvus naudojimas bei informacijos, kuri nėra tiesiogiai į ką nors nukreipta, skelbimas. Autoriai teigia, kad nors šie veiklos būdai matuoti būtent „Facebook“ svetainėje, tačiau gali būti pritaikyti ir kitose socialinių medijų platformose. Autorės Pociūtė ir Krancaitė (2012) kiekvieną veiklą apibūdina taip:

Aktyvus komunikavimas. Ryšio su kitais asmenimis palaikymas, vienašaliai pokalbiai bei skelbimų sienos naudojimas. Ši veiklos sritis taip pat apima ir kitų asmenų, draugų įkeltos medžiagos – nuotraukų, vaizdo įrašų, įvairių nuorodų komentavimas. Į šią kategoriją taip pat įtraukiamas ir draugų žymėjimas savo nuotraukose, nes tai taip pat yra būdas socialinio tinklo draugui parodyti, kad jų tarpusavio ryšys yra vertinamas. Kaip teigia Pociūtė ir Krancaitė (2012) ši skaitmeninių technologijų naudojimo veikla stiprina socialinius ryšius bei sukelia didelę apsikeitimo atsakais tikimybę.

Pasyvus naudojimas. Šis veiklos būdas apibrėžia asmens domėjimąsi kitų asmenų įkelta informacija, nuotraukų stebėjimas bei komentarų skaitymas, nesuteikiant atgalinio ryšio. Burke'o ir kt. (2011) teigimu, jei šią veiklos sritį praktikuojantys vartotojai ir užsiimdavo aktyvaus komunikavimo veikla, tai darydavo su siauru draugų ratu.

Informacijos, kuri nėra tiesiogiai į ką nors nukreipta, skelbimas. Šis veiklos būdas apima bendros informacijos skelbimą – tai yra būsenos atnaujinimas, nuotraukų ir nuorodų skelbimas, nuotraukų archyvavimas albumuose, kurie yra viešai prieinami (Burke ir kt., 2011). Šios informacijos skelbimas dažniausiai apima kur kas mažiau atvirą ir intymią informaciją, lyginant su aktyvaus komunikavimo veikla. Pociūtės ir Krancaitės (2012) teigimu ši veikla nestiprina socialinių ryšių, tačiau Burke'as ir kt. (2011) nesutinka ir teigia, kad tai taip pat gali turėti teigiamos įtakos santykių kūrimui ir palaikymui. Autorių teigimu bendros informacijos teikimas gali suteikti turinį pokalbiui bei atskleisti vartotojų panašumus.

Atsižvelgiant į aukščiau pateiktus skaitmeninių technologijų naudojimo būdus, matome, kad skaitmeninių technologijų naudojimas aprėpia tiek asmeninę tiek tarpasmeninę emocinę kompetenciją. Tikėtina, kad skaitmeninių technologijų naudojimas labiausiai veikia tarpasmeninę emocinę kompetenciją, tačiau gali turėti reikšmės ir asmeninės emocinės kompetencijos formavimuisi. Kaip teigia autoriai, aktyvaus komunikavimo veiklos būdas stiprina socialinius ryšius, taigi tikėtina, kad šios veiklos būdas labiausiai lavina ir tarpasmeninę emocinę kompetenciją. Taip pat tikėtina, kad pasyvus skaitmeninių technologijų naudojimas, kuomet naudotojas tiesiog stebi socialinėse medijose pateiktą informaciją, neteikdamas jokio atgalinio ryšio tarpasmeninės emocinės kompetencijos neugdo, tačiau tai gali turėti įtakos jo asmeninei emocinei kompetencijai. Tuo tarpu ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimas kai kurių autorių teigimu taip pat daro įtaką santykių kūrimui ir palaikymui, o taip pat tikėtina ir tarpasmeninei emocinei kompetencijai.

Apibendrinant galime teigti, kad skaitmeninės technologijos plačiąja prasme gali būti suprantamos kaip įrenginys, interneto tinklas, turinys ir naudojimas. Skaitmeninių technologijų naudojimas dar gali būti skirstomas į aktyvų bei pasyvų technologijų naudojimą, tačiau atliekant šį tyrimą, bus vadovaujamosi ketvirtuoju, naudojimosi skaitmeninėmis technologijomis sluoksniu, apsiribojant aktyvaus naudojimo tipu, nes tik tiesioginis skaitmeninių technologijų naudojimas gali būti išmatuojamas. Be to tiesioginis skaitmeninių technologijų naudojimas daro didžiausią įtaką asmens emocinei kompetencijai, dėl kasdienybėje nuolat naudojamų išmaniųjų įrenginių. Kalbant apie kasdienybėje naudojamas bendravimą įgalinančias skaitmenines technologijas yra išskiriamos trys pagrindinės veiklos – aktyvus komunikavimas, pasyvus naudojimas ir ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimas. Būtent bendravimą įgalinančios skaitmeninės technologijos per keletą pastarųjų dešimtmečių tapo neatsiejama kasdienybės dalis, kuri neabejotinai keičia tiek vyresniųjų kartų įpročius, tiek naujųjų kartų formavimąsi, dėl to atliekant tyrimą bus vadovaujamosi šiais trimis pagrindiniais veiklos tipais.

2.2 Emocinės kompetencijos konstruktas

Analizuojant emocinę kompetenciją svarbu apibrėžti kompetencijos sąvoką. Kompetencija bendrąja prasme tai „gebėjimai, kurių reikia tam tikroms veikoms atlikti“ (Skaržauskienė, 2009, 68 psl.). Kompetencijos sąvoka pradėta tirti dar 1973 metais, kuomet Boyatz'is ir McClelland'as pradėjo analizuoti procesus vykstančius žmonėse ir kaip teigia Skaržauskienė „kompetencijų tyrimai atsirado iš noro ir poreikio padėti žmogui keistis, taip efektyviau atliekant užduotis ir tobulinant save“ (Skaržauskienė, 2009, 68 psl.). 1982 metais Boyatz'is pateikė kompetencijos apibrėžimą, teigdamas kad tai yra „esminės asmens savybės, kurios teikia galimybę atlikti efektyvų ar/ir aukštesnės kokybės darbą“ (Skaržauskienė, 2009, 68 psl.). Tačiau ilgainiui kompetencijos sąvoka

plėtėsi ir kito. 3 lentelėje pateikiama susisteminta medžiaga kaip skirtingi autoriai formuluoja kompetencijos sąvoką (žr. 3 lent.).

3 lentelė. Skirtingų autorių pateikiama kompetencijos sąvoka

AUTORIUS	KOMPETENCIJOS SAMPRATA
F. Coit Butler (1978)	Tai žinios, įgūdžiai bei gebėjimai reikalingi gerai atlikti veiksmus susijusius su sėkmingu asmeniniu ar profesiniu gyvenimu, gebėjimas atlikti kažką labai gerai.
Spencer, Spencer (1993)	Tai asmens charakteristikos, kurios siejamos su gebėjimu dirbti efektyviai.
Sokol (2001)	Tai „būtinų darbo uždaviniui ar vaidmeniui atlikti mokėjimo įgūdžių, žinių ir gebėjimų derinys“ (Petkevičiūtė, Kaminskytė, 2003, 66 psl.).
Martinkus, Neverauskas, Sakalas (2002)	Tai „žinių ir įgūdžių derinimas bei gebėjimas juos pritaikyti konkrečiomis aplinkybėmis, vadybos funkcijų atlikimas, atsižvelgiant į aplinkos ir situacijos apribojimus“ (Martinkus, Neverauskas, Sakalas, 2002, p. 143).
Nickols (2009)	Tai „gebėjimas tam tikrus principus ir technikas pritaikyti praktinėse situacijose“ (Petkevičiūtė, Kaminskytė, 2003, 17 psl.).

Kaip matome 3 lentelėje, autoriai analizuodami kompetencijos sąvoką, didžiausią dėmesį skiria asmens gebėjimams, įgūdžiams bei jų pritaikomumui praktikoje. Pateiktos kompetencijos sąvokos atskleidžia, kad kompetencija yra išmoka bei išugdyta asmens charakteristika, kuri gali būti nuolat tobulinama.

Analizuojant emocinę kompetenciją bendrąja prasme tai gebėjimai, susiję su savęs ir kitų supratimu, santykių kūrimu ir gebėjimu valdyti emocijas (Bar-On, Parker, 2000). Dumitriu’as ir kt. (2014) teigia, kad emocinė kompetencija apibūdinama kaip esminiai socialiniai įgūdžiai atpažinti, interpretuoti ir konstruktyviai reaguoti į savo ir kitų emocijas. Atlikus tyrimus paaiškėjo, kad bendru požiūriu aukštesnė emocinė kompetencija siejama su geresne mentaline ir fizine sveikata, geriau išreikštu laimės pojūčiu, didesniu pasitenkinimu šeimyniniais ir bendrai socialiniais santykiais bei didesniu pasisekimu profesinėje veikloje (Zeidner, Matthews, 2018; Fernández-Berrocal, Extremera, 2016; Konstantinou’as ir kt. 2017). Taip pat buvo nustatyta, kad aukštesnė emocinė kompetencija bei teigiamos emocijos padeda darbuotojams dirbti efektyviau bei skatina norą padėti kitiems. Aukštesnė emocinė kompetencija taip pat siejama su geresniais vadovų pasiekimais (Leroy ir kt., 2012; Petrides, Frederickson, Furnham, 2004), bei aukštesniais bendrais darbo rezultatais profesijose, kurios susijusios su tarpasmeniniais ryšiais (Joseph, Newman, 2010).

Kaip teigia Mayer’is ir Salovey (1997) asmenys turintys aukštesnę emocinės kompetencijos lygį geba identifikuoti savo bei kitų emocijas, moka tinkamai jas reikšti ir reguliuoti. Taip pat suvokia emocijų priežastis bei galimas jų pasekmes ir geba jas valdyti siekdami tikslo. Kaip teigia Mikolajczak’as ir kiti (2009), emocinės kompetencijos stokojantys asmenys susiduria su sunkumais priimdami emocijomis perduodamą informaciją, jiems sunkiau ją interpretuoti.

Pasak O’Meara ir kt. (2015) – emocinė kompetencija tai asmeniniai ir socialiniai įgūdžiai, demonstruojami asmeninės sąveikos metu. Libina ir Libin (1998) emocinę kompetenciją apibūdina

kaip gebėjimą suprasti savo jausmus ir jų sąveiką kitiems asmenims, kontroliuoti savo emocijas ir gebėti jas išreikšti valdant savo bei siekiant paveikti kito asmens elgesį. Pasak Yusupov'o (2006), emocinė kompetencija padeda valdyti tarpasmeninius santykius pasitelkiant savo ir kitų emocijų suvokimą.

Analizuojant emocijas ir jų poveikį dažnai susiduriama su skirtingomis sąvokomis. Chemiss (2000) apibrėžė emocinio intelekto ir emocinės kompetencijos sąvokų skirtumus, teigdamas, kad emocinis intelektas pats iš savęs nėra gerų darbuotojo darbo rezultatų prognozuotojas, tačiau jis yra pagrindas emocijų kompetencijų, kurios gali daryti tam įtaką. Autorius taip pat pateikė Goleman'o analizuotus emocinio intelekto bei emocinės kompetencijos skirtumus. Pasak Goleman'o emocinės kompetencijos yra susijusios ir paremtos emociju intelektu ir siekiant ugdyti emocines kompetencijas būtinas tam tikras emocinio intelekto lygis (Chemiss, 2000). Vėliau Goleman'as (2001) patikslino, kad emocinė kompetencija rodo, kaip asmuo geba integruoti ir praktiškai pritaikyti emocijų intelektą praktinėje veikloje – taigi emocinė kompetencija yra emocinio intelekto pagrindu išugdyti įgūdžiai. Chemiss'o (2000) teigimu, tam tikros emocinės kompetencijos padeda ugdyti kitas, specifines kompetencijas. Pavyzdžiui – gebėjimas pažinti kito asmens emocijas ir supratimas ką jis jaučia, padeda ugdyti įtakos darymo kompetenciją. Taip pat asmenims kurie geba valdyti ir reguliuoti savo emocijas kur kas lengviau ugdyti iniciatyvą. Autorius pabrėžia, kad visos šios socialinės ir emocinės kompetencijos reikalingos siekiant įvertinti darbo našumą.

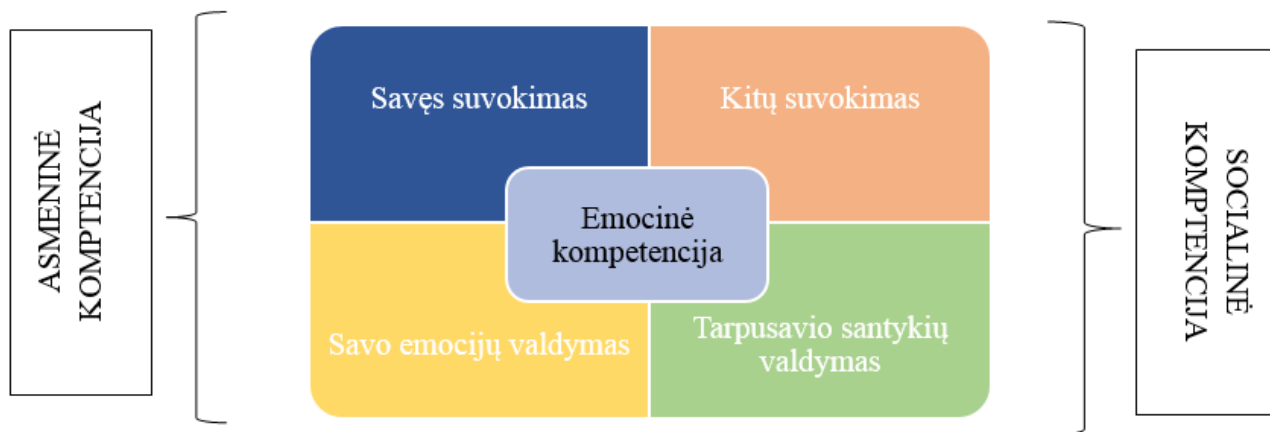
Analizuojant emocinės kompetencijos konstrukta, autoriai Mikolajczak, Brasseur, Fantini-Hauwel, (2014) pateikia tris emocinės kompetencijos lygius – žinios, gebėjimai ir elgesio bruožai. Pasak autorių žinios yra tai ką asmuo žino apie emocijas, gebėjimai – tai ką gali padaryti naudodami emocijas bei jų praktinis pritaikomumas realiose situacijose, o elgesio bruožai – polinkis į tam tikrą elgesį emocijose situacijose.

Autorių teigimu, žinių lygis apibrėžia tai ką asmuo žino apie emocijas bei emocinę kompetenciją. Asmuo tik turėdamas žinias kaip tinkamai valdyti bei reikšti savo emocijas gali tai pritaikyti praktikoje. Tinkamas emocijų valdymas stresinėse ar kitose emocionaliose situacijose apibūdinamas kaip gebėjimai – tai antrasis emocinės kompetencijos lygis. Šis lygis apibrėžia tai ar asmuo geba žinias apie emocijų valdymą pritaikyti realiose situacijose ir esant reikalui suvaldyti savo emocijas. Autoriai teigia, kad pagrindinis akcentas čia yra ne tai ką asmuo žino apie emocinę kompetenciją, bet ką jis gali padaryti. Trečiasis elgesio bruožų lygis apibrėžia tai kokį polinkį asmuo turi valdant emocijas. Kaip teigia autoriai, svarbu įvertinti tai kaip asmuo elgiasi dažniausiai – ar spontaniškose situacijose geba valgyti emocijas. Šie trys lygiai tiesiogiai susiję vienas su kitu, nes „žinios ne visada paverčiamos sugebėjimais, o sugebėjimai savo ruožtu ne visada pritaikomi įprastiniame elgesyje“ (Mikolajczak, Brasseur, Fantini-Hauwel, 2014, p. 1).

Analizuojant emocinės kompetencijos svarbą darbinėje aplinkoje, vienas pirmųjų į emocinę kompetenciją per darbo aplinkos prizmę pažvelgė Goleman'as (1995). Autoriaus teigimu, asmens emocinė kompetencija yra itin svarbi savybė valdant žmonių išteklius organizacijoje. Autorius pateikė požiūrį, kad emocinis intelektas yra vienas iš būdų suprasti asmens elgesį, įvertinti bendravimo įgūdžius, valdymo bei bendrą darbo stilių, nustatyti asmens potencialą.

Goleman (2006) taip pat pažymi, kad emocinę kompetenciją sudaro asmeninė bei socialinė kompetencijos. Asmeninė kompetencija apibrėžia tai, kaip asmuo valdo save ir savo emocijas, o tuo

tarpu socialinė kompetencija tai tarpasmeninių santykių valdymas. Asmeninę kompetenciją autorius dar skaido į savęs ir savo emocijų valdymą, o socialinę kompetenciją skirsto į kitų suvokimą bei tarpusavio santykių valdymą (žr. 1 pav.).



1 pav. Emocinės kompetencijos konstruktas (sudarytas remiantis Goleman, 2006)

Goleman'as (2006) pateikdamas emocinės kompetencijos modelį, kiekvieną kompetenciją išskirstė į sub-kategorijas. Visos subkategorijos pateikiamas 4 lentelėje.

4 lentelė. Emocinės kompetencijos sub-kategorijos (sudaryta remiantis Goleman, 2006)

ASMENINĖ KOMPETENCIJA	SOCIALINĖ KOMPETENCIJA
Savęs suvokimas: <ul style="list-style-type: none"> • Savo emocijų suvokimas; • Pasitikėjimas savimi; • Tikslus savęs vertinimas. 	Kitų suvokimas: <ul style="list-style-type: none"> • Empatija; • Dalykinis informuotumas; • Dėmesingumas.
Savo emocijų valdymas: <ul style="list-style-type: none"> • Savo emocijų valdymas; • Sąžiningumas; • Prisitaikymas; • Tikslas siekimas; • Iniciatyvumas; • Optimistiškumas. 	Tarpusavio santykių valdymas; <ul style="list-style-type: none"> • Pagalba tobulėti • Įtakos darymas; • Entuziazmas; • Konfliktų valdymas; • Ryšių mezgimas; • Bendradarbiavimas.

Autoriaus teigimu, šios emocinės kompetencijos sub-kategorijos yra emocinės kompetencijos sudedamosios dalys ir visos kartu apima individo emocinės kompetencijos lygį. 5 lentelėje pateikiamas šių sub-kategorijų paaiškinimas (Goleman, 1995; 2006).

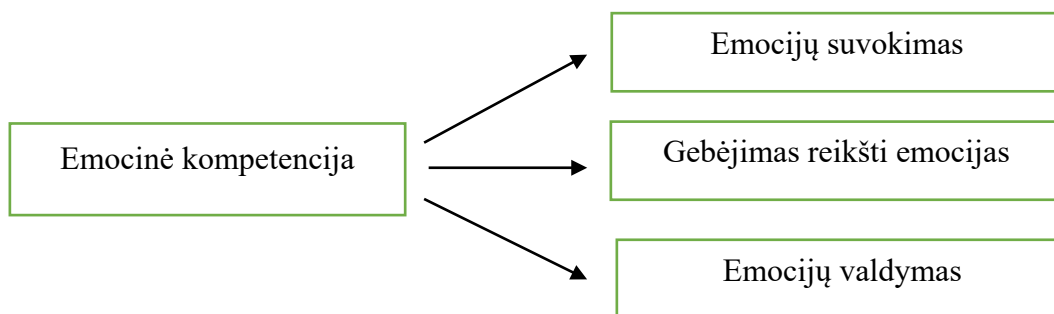
5 lentelė. Emocinės kompetencijos sub-kategorijos (sudaryta remiantis Goleman, 1995; 2006)

<i>Savęs suvokimas:</i>	
Savo emocijų suvokimas	tai kompetencija, kuri apibrėžiama kaip savo emocijų suvokimas, jų analizė, gebėjimas panaudoti tikslui pasiekti, bei priimant sprendimus.

Pasitikėjimas savimi	savo gebėjimų nenuvertinimas, adekvatus jų vertinimas, orumo išlaikymas.
Tikslus savęs vertinimas	savo teigiamų bei neigiamų savybių suvokimas.
<i>Savo emocijų valdymas:</i>	
Savo emocijų valdymas	gebėjimas valdyti bei kontroliuoti savo emocijas.
Optimizmas	pozityvus požiūris į įvairias situacijas.
Sąžiningumas	atvirumas, melo vengimas ir teisybės principo laikymasis.
Prisitaikymas	gebėjimas prisitaikyti prie besikeičiančių situacijų.
Tikslo siekimas	nuolatinis ir nuoseklus darbas siekiant užsibrėžtų tikslų, noras įvykdyti išsikeltas užduotis.
Iniciatyvumas	noras veikti bei panaudoti visas pasitaikiusias galimybes.
<i>Kitų suvokimas:</i>	
Empatija	įsijautimas į kitų žmonių jausmus, teisingas jų pozicijos supratimas, pagalba ir išitraukimas sprendžiant kitų problemas.
Dalykinis informuotumas	esamų aplinkos įvykių žinojimas bei supratimas, atsakomybės suvokimas.
Dėmesingumas	gebėjimas identifikuoti ir tenkinti kitų žmonių poreikius.
<i>Tarpusavio santykių valdymas:</i>	
Pagalba tobulėti	gebėjimas skatinti kitus, tobulinti jų gebėjimus, padėti jiems tobulėti.
Įtakos darymas	gebėjimas daryti įtaką kitų žmonių veiksams.
Entuziazmas	gebėjimas nenuleisti rankų siekiant tikslo, užsidegimas.
Konfliktų valdymas	konfliktinių situacijų valdymas, nesutarimų sprendimo kompetencija.
Ryšių mezgimas	gebėjimas užmegzti ir palaikyti kontaktą su kitais asmenimis.
Bendradarbiavimas	sąveika su kitais asmenimis siekiant bendrų tikslų įgyvendinimo.

Kaip matome 5 lentelėje, kiekviena tiek asmeninės, tiek tarpasmeninės emocinės kompetencijos dalis aprėpia tam tikras asmens savybes, kurios padeda geriau suvokti save ir aplinkinius, bei šią informaciją nukreipti teigiama linkme pritaikant asmeninėje bei darbinėje aplinkoje.

Tačiau įvairūs autoriai pateikia skirtingas emocinės kompetencijos konstruktus. Pasak Denham'o ir kt. (2003) emocinė kompetencija susideda iš trijų komponentų – emocijų suvokimo, gebėjimo jas reikšti bei emocijų valdymo (Zsolnai, 2015).



2 pav. Emocinės kompetencijos konstruktas (sudaryta remiantis Denham (Zsolnai, 2015))

Zsolnai (2015) teigimu, gebėjimas reikšti savo emocijas yra svarbiausias faktorius asmens socialiniams ryšiams, nes būtent tai kaip asmuo reiškia savo emocijas yra esminis santykių kūrimo momentas. Tuo tarpu gebėjimas suvokti savo ir kitų emocijas taip pat prisideda prie santykių kūrimo. Buvo pastebėta, kad šio sugebėjimo stokojančiams asmenims, buvo kur kas sunkiau užmegzti ryšį ir komunikuoti. Pasak Thompson'o (1994) trečiasis komponentas – emocijų valdymas – atsakingas už gebėjimą atpažinti ir valdyti emocijas įvairiose situacijose (Zsolnai, 2015). Autoriaus teigimu šis gebėjimas apima visus išorinius bei vidinius procesus, kurie yra atsakingi už emocijų ar reakcijų stebėjimą, jų vertinimą bei modifikavimą siekiant konkretaus socialinio tikslo. Zsolnai (2015) atlikusi mokslinės literatūros apžvalgą nustatė, kad egzistuoja stiprus ryšys tarp vaikų emocinės kompetencijos bei socialinės kompetencijos išsivystymo lygio.

Analizuojant emocinės kompetencijos konstrukta, Organizacijų emocinio intelekto tyrimų konsorciumas (angl. *The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations*) pateikė apibendrintą informaciją apie tai, kokie gebėjimai būdingi asmenims, kurie pasižymi aukšta emocine kompetencija. Pateikta informacija yra susisteminta įvairių autorių medžiaga apie emocinę kompetenciją. Emocinės kompetencijos konstruktas sudarytas remiantis Spencer ir Spencer; Rosier (1994; 1995) bei Goleman (1998) atliktais tyrimais. Autoriai pateikė asmeninei ir socialinei emocinei kompetencijai būdingus asmens bruožus bei pažvelgė į juos per darbo aplinkos prizmę.

Analizuojant asmeninei emocinei kompetencijai būdingus bruožus, buvo išskirtos šios kompetencijos – savęs suvokimas, savireguliacija bei motyvacija. Kiekviena iš šių kompetencijų dar skaidoma į 6 lentelėje pateiktus gebėjimus (žr. 6 lent.).

6 lentelė. Savęs suvokimo kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą)

SAVĖS SUVOKIMAS	
BŪDINGI ASMENS BRUOŽAI	ASMUO, TURINTIS ŠIĄ KOMPETENCIJĄ:
Savo emocijų suvokimas – gebėjimas pažinti savo emocijas bei jų poveikį.	<ul style="list-style-type: none"> • supranta kokias emocijas ir kodėl jaučia; • supranta sąsajas tarp savo emocijų ir to ką jis galvoja, daro ar sako; • supranta kaip jausmai veikia jo elgesį; • supranta savo vertybes ir tikslus.
Tikslus savęs vertinimas – savo stipriųjų pusių ir galimybių žinojimas.	<ul style="list-style-type: none"> • žino savo stiprybes ir silpnybes; • mokosi iš savo patirties; • linkęs suteikti grįžtamąjį ryšį, perspektyvus, nuolat tobulėjantis;

	<ul style="list-style-type: none"> • geba pasijuokti iš savęs.
Pasitikėjimas savimi – savo vertės ir galimybių žinojimas.	<ul style="list-style-type: none"> • elgiasi užtikrintai; • nebijo turėti ir garsiai išsakyti nepopuliarią nuomonę; • yra ryžtingas, geba priimti nepopuliarius sprendimus, nepasiduoda spaudimui.

Kaip matome 6 lentelėje, asmuo pasižymintis aukšta savęs suvokimo kompetencija gerai suvokia save ir savo jausmus, yra ryžtingas, linkęs nuolat tobulėti, užtikrintas ir nebijantis priimti nepopuliarius sprendimus.

7 lentelė. Savireguliacijos kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą)

SAVIREGULIACIJA	
BŪDINGI ASMENS BRUOŽAI	ASMUO, TURINTIS ŠIĄ KOMPETENCIJĄ:
Savitvarda – gebėjimas suvaldyti trikdančias emocijas.	<ul style="list-style-type: none"> • geba suvaldyti impulsyviai iškilusias emocijas; • išlieka pozityvus ir užtikrintas stresinėse situacijose; • geba aiškiai mąstyti ir išlieka susikoncentravęs net ir patiriant spaudimą.
Patikimumas – gebėjimas išlikti patikimu, turėti stiprius moralinius principus ir beatodairiškai jų laikytis.	<ul style="list-style-type: none"> • elgiasi etiškai ir nepriekaištingai; • savo elgesiu sukuria pasitikėjimą; • pripažįsta savo klaidas; • laikosi griežtų standartų, išlieka nepalenkiamas.
Sąžiningumas – gebėjimas prisiimti atsakomybę už savo veiksmus.	<ul style="list-style-type: none"> • laikosi savo žodžio ir vykdo savo įsipareigojimus; • prisiima atsakomybę už savo tikslų įgyvendinimą; • yra organizuoti ir atidūs atliekant užduotis darbe.
Lankstumas – gebėjimas prisitaikyti, pokyčių valdymas ir greitas prisitaikymas prie jų.	<ul style="list-style-type: none"> • sklandžiai priima pokyčius, greitai persiorientuoja besikeičiančiose situacijose; • greitai perskirsto savo prioritetus ir prisitaiko prie naujų aplinkybių; • visada yra pasiruošęs priimti naujoves.
Inovatyvumas – gebėjimas greitai perimti naują informaciją, visada išlikti atviru naujoms idėjoms.	<ul style="list-style-type: none"> • linkęs ieškoti naujų idėjų pasitelkiant įvairius šaltinius; • priima originalius problemų sprendimus; • generuoja naujas idėjas; • pasižymi plačiu mąstymu, pateikia naujas idėjas įvertindamas perspektyvas ir galimą riziką.

7 lentelėje pateikti asmens gebėjimai, būdingi aukštai savireguliacijos kompetencijai. Šiomis savybėmis pasižymintis asmuo geba išlikti ramus stresinėse situacijose, pasižymi plačiu požiūriu, generuoja naujas idėjas, turi tvirtus įsitikinimus ir geba greitai perimti pokyčius.

8 lentelė. Motyvacijos kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą)

MOTYVACIJA	
BŪDINGI ASMENS BRUOŽAI	ASMUO, TURINTIS ŠIĄ KOMPETENCIJĄ:
Tikslo siekimas – nuolatinis tobulėjimas ir pastangos kažką	<ul style="list-style-type: none"> • yra orientuotas į rezultatą, deda visas pastangas pasiekti užsibrėžtą tikslą;

atlikti kuo geriau.	<ul style="list-style-type: none"> • nusistato aukštus tikslus; • ieško būdų kaip kažką atlikti kuo geriau bei kaip padidinti savo efektyvumą.
Įsipareigojimas – bendrų grupės ar organizacijos tikslų siekimas.	<ul style="list-style-type: none"> • orientuotas į organizacijos tikslų siekimą, net jei ir reikia paaukoti asmeninius tikslus; • supranta bendrų tikslų siekimo prasmę; • priimant sprendimus vadovaujasi pagrindinėmis organizacijos vertybėmis; • aktyviai ieško būdų siekiant bendrų organizacijos tikslų.
Iniciatyva – pasirengimas veikti pasitaikius galimybėmis.	<ul style="list-style-type: none"> • visada yra pasirengęs pasinaudoti pasitaikiusia galimybe; • siekiant tikslų neapsiriboja vien tuo kas yra tikimasi ar reikalaujama, yra linkęs viršyti lūkesčius; • geba sutelkti kitus.
Optimizmas – gebėjimas išlikti atkakliu nepaisant pasitaikiusių kliūčių ar nesėkmių.	<ul style="list-style-type: none"> • atkakliai ieško būdų kaip įgyvendinti tikslus ir nepasiduoda pasitaikius nesėkmėms; • išlieka pozityvus ir veikia tikėdamasis sėkmės ir negalvodamas apie nesėkmę; • pasitaikius nesėkmei nepriima to asmeniškai sau.

Kaip matome aukščiau pateiktoje lentelėje, motyvacija itin svarbi asmens savybė siekiant tiek asmeninių, tiek organizacinių tikslų. Asmuo pasižymintis aukšta motyvacija yra orientuotas į tikslo siekimą, yra linkęs viršyti lūkesčius, išlieka pozityvus ir atkaklus pasitaikius nesėkmei bei geba sutelkti kitus siekiant bendrų tikslų.

Analizuojant socialinei emocinei kompetencijai būdingus asmens bruožus išskiriamos šios kompetencijos – socialinis nuovokumas bei socialiniai įgūdžiai. 9 lentelėje pateikiama kokie būdo bruožai būdingi asmeniui pasižyminčiam aukšta socialine savimone.

9 lentelė. Socialinio nuovokumo kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą)

SOCIALINIS NUOVOKUMAS	
BŪDINGI ASMENS BRUOŽAI	ASMUO, TURINTIS ŠIĄ KOMPETENCIJĄ:
Empatija – gebėjimas pajusti kito asmens jausmus, domėtis jais ir parodyti susirūpinimą.	<ul style="list-style-type: none"> • yra atidus kito asmens emocijoms, geba į jas įsiklausyti bei suprasti; • parodo, kad supranta kito asmens jausmus bei būseną žvelgiant iš jo perspektyvos; • suteikia pagalbą kitiems asmenims remiantis jų poreikiais bei išreikštais jausmais.
Įsiklausymas į kito asmens poreikius – gebėjimas numatyti, atpažinti ir patenkinti kliento poreikius.	<ul style="list-style-type: none"> • geba suprasti kito klientų poreikius bei pasiūlyti jam tinkamiausią spendimą/produktą; • ieško būdų kaip padidinti klientų pasitenkinimą bei lojalumą; • mielai suteikia pagalbą, geba tinkamai patarti.
Kito asmens ugdymas – gebėjimas identifikuoti ir tobulinti kito asmens stipriąsias puses.	<ul style="list-style-type: none"> • identifikuoja ir atskleidžia kitų žmonių stiprybes, pasiekimus bei pažangą; • pateikia naudingų patarimų kito asmens tobulėjimo klausimais; • pasižymi mentoriaus savybėmis, geba laiku ir tinkamoje vietoje pasiūlyti kito asmens tobulėjimui tinkamus sprendimus.
Įvairovės pasitelkimas – gebėjimas įžvelgti galimybes atsižvelgiant į žmonių įvairovę ir nukreipiant jas	<ul style="list-style-type: none"> • yra tolerantiškas, gerbia ir palaiko ryšį su žmonėmis iš įvairios aplinkos; • pasižymi plačia pasaulėžiūra ir jautriai reaguoja į grupių skirtumus;

tikslo siekimui.	<ul style="list-style-type: none"> įvairovę vertina kaip galimybę klestėti skirtingiems žmonėms;
Politinis nuovokumas - gebėjimas suprasti grupės žmonių emocinę būseną bei tarpusavio santykius.	<ul style="list-style-type: none"> geba tiksliai įvertinti kitų asmenų tarpusavio santykius; geba identifikuoti svarbius socialinius ryšius; supranta kas formuoja klientų požiūrį bei konkurentų veiksmus organizacijos atžvilgiu; geba tiksliai, nešališkai įvertinti įvairias situacijas.

9 lentelėje pateikiamos socialinio nuovokumo kompetencijos bei asmens gebėjimai atskleidžia, kad asmuo pasižymintis aukšta socialinio nuovokumo kompetencija geba gerai valdyti tarpusavio santykius, suprasti kitų žmonių tarpusavio sąveiką, identifikuoti kitų žmonių stiprybes ir nukreipti jas tobulėjant, yra išvalgus, tolerantiškas bei orientuotas į klientą bei jo poreikius.

Analizuojant socialinių įgūdžių kompetenciją, autorius nurodo 8 būdingus asmens bruožus, kurie padeda įvertinti asmens socialinių įgūdžių lygį (žr. 10 lent.).

10 lentelė. Socialinių įgūdžių kompetencijai būdingi asmens bruožai (sudaryta pagal „The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations“ pateiktą medžiagą)

SOCIALINIAI ĮGŪDŽIAI	
BŪDINGI ASMENS BRUOŽAI	ASMUO, TURINTIS ŠIĄ KOMPETENCIJĄ:
Įtaka – gebėjimas veiksmingai įtikinėti kitus bei taikyti tinkamą įtikinėjimo taktiką.	<ul style="list-style-type: none"> geba įtikinti, patraukti kitų dėmesį; siekdamas sutarimo ir palaikymo iš kitų naudoja sudėtingus strateginius metodus, tokius kaip netiesioginė įtaka ir kt.; geba identifikuoti ir pasinaudoti dramatiškais įvykiais ar kita tinkama situacija.
Komunikavimas – aiškus ir įtikinamas informacijos perdavimas.	<ul style="list-style-type: none"> veiksmingai perima ir perduoda emocinius ženklus; geba čia ir dabar spręsti sudėtingus klausimus; geba įsiklausyti, rasti tarpusavio supratimą bei tinkamai dalintis informacija; skatina atvirą bendravimą, yra atviri tiek geroms, tiek blogoms naujienoms.
Lyderystė – gebėjimas įkvėpti kitus.	<ul style="list-style-type: none"> tiksliai suformuluoja ir sužadina kitų entuziazmą siekti užsibrėžto tikslo; visuomet žvelgia į priekį; vadovauja kitų veiklai bei yra už ją atskaitingas; kitų akyse yra sėkmingas pavyzdys.
Pokyčių valdymas – gebėjimas inicijuoti bei tinkamai valdyti pokyčius.	<ul style="list-style-type: none"> geba nustatyti pokyčių poreikį ir pašalinti kliūtis siekiant pokyčio įgyvendinimo; yra visada pasiruošęs pokyčio įgyvendinimui ir geba į tai įtraukti kitus; geba tinkamai suformuoti kokio pokyčio yra tikimasi iš kitų.
Konfliktų valdymas – nesutarimų valdymas bei konfliktinių situacijų sprendimas.	<ul style="list-style-type: none"> geba taktiškai valdyti įtemptas bei konfliktiškas situacijas; pastebi galimą konfliktą bei geba suvaldyti situaciją užbėgiant įvykiams už akių; skatina atviras diskusijas taip siekiant išvengti galimų konfliktų; geba rasti abipusiai naudingus sprendimus.
Ryšių mezgimas – gebėjimas kurti ir puoselėti tarpusavio santykius.	<ul style="list-style-type: none"> ieško ir geba užmegzti abipusiai naudingus santykius; sukuria ir palaiko ryšius; palaiko gerus santykius su darbo partneriais.
Bendradarbiavimas – darbas su kitais siekiant bendrų tikslų.	<ul style="list-style-type: none"> sutelkia dėmesį į užduotį ir tarpusavio santykius; su kitais dalinasi planais, informacija ir ištekliais; skatina draugišką bendradarbiavimo klimatą;

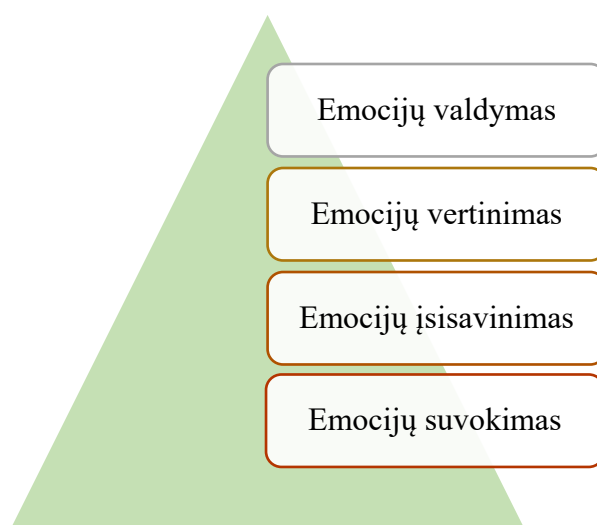
	<ul style="list-style-type: none"> • atranda ir puoselėja bendradarbiavimo galimybes.
Komandiškumas – gebėjimas suburti kitus siekiant bendrų tikslų.	<ul style="list-style-type: none"> • kuria ir palaiko komandos savybes tokias kaip pagarba, paslaugumas, bendradarbiavimas; • įtraukia visus komandos narius į aktyvų dalyvavimą; • kuria komandos identitetą; • kuria ir saugo komandos reputaciją.

10 lentelėje pateiktos socialinių įgūdžių kompetencijos asmens būdo bruožų savybės atskleidžia, kad asmuo, pasižymintis aukšta socialinių įgūdžių kompetencija, yra puikus derybininkas, gebantis aiškiai ir suprantamai iškomunikuoti informaciją, užmegzti ir palaikyti naujus ryšius, valdyti konfliktines situacijas, suburti komandą bei palaikyti jos dvasią, pasižymintis lyderio savybėmis.

Pateiktas emocinės kompetencijos konstruktas atskleidžia, kad emocinė kompetencija yra itin svarbus faktorius darbinėje aplinkoje. Asmuo pasižymintis aukšta emocine kompetencija geba ne tik gerai valdyti tarpusavio santykius kurie yra vienas svarbiausių darbinių aspektų, tačiau taip pat yra kur kas labiau motyvuotas ir orientuotas į tikslą, suinteresuotas kelti savo kompetenciją bei tobulėti kitose srityse. Šios asmens savybės pritaikomos įvairias pareigas užimantiems darbuotojams, tačiau ypatingai reikalingos vadovaujančias pozicijas užimantiems asmenims.

Mayer ir Salovey (1997) taip pat sutinka, kad kalbant apie emocinę kompetenciją svarbu išskirti dvi pagrindines emocinės kompetencijos sritis – asmeninę ir tarpasmeninę emocinę kompetenciją. Autoriai teigia, kad emocinė kompetencija apima šias gebėjimų rūšis – emocijų atpažinimas ir išreiškimas, emocijų valdymas bei emocijų naudojimas veikloje ir mąstyme. Vėliau autoriai papildė emocinės kompetencijos supratimą panaudojimo sąvoka, teigdami, kad emocijos padeda identifikuoti asmens ryšį su kitais žmonėmis bei padeda suprasti šio ryšio pobūdį.

Vertinant Mayer ir Salovey pasiūlytą emocinės kompetencijos konstruktą autoriai Fernández-Berrocal ir Extremera (2006) pažymi, kad jis yra suvokiamas hierarchiniu būdu (žr. 3 pav.).



3 pav. Emocinės kompetencijos konstruktas pagal Mayer ir Salovey (sudaryta remiantis Fernández-Berrocal, Extremera, 2006)

Emocijų suvokimas laikomas žemiausiu emocinės kompetencijos lygmeniu, o gebėjimas valdyti emocijas priskiriamas aukščiausiam emocinės kompetencijos lygmeniui.

Kaip teigia Fernández-Berrocal'as ir Extremera's (2006) emocijų suvokimas tai asmens gebėjimas suprasti savo ir kitų emocijas, taip pat suvokti savo jausmus vertinant meną, muziką, tam tikras situacijas ar kitus stimulus. Emocijų įsisavinimas yra sugebėjimas generuoti ir išjausti savo emocijas, panaudoti jas norint perduoti tam tikrus jausmus ar pasitelkti emocijas įvairiuose pažinimo procesuose. Emocijų vertinimas yra susijęs su asmens gebėjimu suprasti ir analizuoti emocinę informaciją, suvokti kaip emocijos susijusios, įvertinti jų prasmę bei tai kaip jos kinta. Tuo tarpu emocijų valdymas siejamas su gebėjimu reguliuoti, stebėti savo bei kitų emocijas siekiant įsigilinti bei suvokti jas (Fernández-Berrocal, Extremera, 2006).

Brasseur'as ir Mikolajczak'as (2013), remdamiesi Mayer'o ir Salovey'o emocinės kompetencijos modeliu, taip pat pateikė emocinės kompetencijos konstrukta. Autorių teigimu, emocinė kompetencija apibrėžia tai kaip asmuo geba identifikuoti, reikšti, suprasti, reguliuoti ir naudotis savo ir kitų emocijomis (Brasseur, Mikolajczak, 2013). Autoriai pateikia plataus požiūrio emocinės kompetencijos konstrukta ir nurodo, kad tiek asmeninė, tiek tarpasmeninė emocinė kompetencija gali būti išreikšta šiais penkiais raiškos būdais: emocijų atpažinimas, emocijų supratimas, elgsena, valdymas bei jų panaudojimas (žr. 11 lent.).

11 lentelė. Emocinės kompetencijos raiška (sudaryta remiantis Brasseur, Gre'goire, Bourdu, Mikolajczak (2013) ir Skarbalienė, Skarbalius, Mikolajczak (2019))

	Bendra emocinė kompetencija	
Raiška	Asmeninė emocinė kompetencija	Tarpasmeninė emocinė kompetencija
Atpažinimas	Gebėjimas atpažinti savo emocijas	Gebėjimas atpažinti kito emocijas
Supratimas	Gebėjimas suprasti savo emocijas	Gebėjimas suprasti kito emocijas
Elgsena	Gebėjimas tinkamai reikšti savo emocijas	Gebėjimas įsiklausyti į kito emocijų raišką
Valdymas	Gebėjimas valdyti savo emocijas	Gebėjimas suvaldyti kito emocijas
Panaudojimas	Gebėjimas panaudoti savo emocijas	Gebėjimas panaudoti kito emocijas

Pateiktoje lentelėje išskiriamos 5 emocinės kompetencijos raiškos - kiekviena iš jų siejama tiek su asmenine tiek su tarpasmenine emocine kompetencija, kurios bendrai sudaro bendrą emocinę kompetenciją. Šis emocinės kompetencijos konstruktas apima platų emocinės kompetencijos supratimą vertinant ir asmeninę, ir tarpasmeninę emocinę kompetenciją, todėl bus naudojamas atliekant tyrimą.

Analizuojant asmeninės emocinės kompetencijos svarbą darbinėje aplinkoje, pastebima, kad asmenys, pasižymintys aukštesne asmenine emocine kompetencija yra labiau motyvuoti, kūrybiškesni, geriau geba suvaldyti stresines situacijas. Singh'as, (2013) pabrėžia, kad aukšta asmeninė emocinė kompetencija yra ypatingai svarbi vadovaujančias pareigas užimantiems

darbuotojams. Autoriaus teigimu, aukšta asmeninė emocinė kompetencija rodo asmens tikslų savęs vertinimą, savikontrolę, teigiamą savivertės jausmą, orientaciją į rezultatus bei iniciatyvumą. Autorius nurodo, kad šios savybės atskleidžia asmens gebėjimą pasinaudoti galimybėmis bei prisitaikyti prie pokyčių, o tai ypač svarbu dinamiškoje aplinkoje. Taip pat buvo nustatyta, kad aukšta vadovo asmeninė emocinė kompetencija daro įtaką pavaldinių pasitenkinimui darbu (Singh, 2013).

Vertinant tarpasmeninės emocinės kompetencijos svarbą darbinėje aplinkoje, Pant'as ir Rakesh'as (2016) pažymi, kad komandoje, kurios asmenys pasižymi aukšta tarpasmenine emocine kompetencija, komandos nariai jaučiasi geriau su kitais dalinantis įvairia informacija bei idėjomis, kartu sprendžiant problemas bei dalinantis problemų sprendimo būdais, tobulinant naujus darbo procesus. Taip pat autoriai teigia, kad darbuotojai dirbdami organizacijoje kurioje puoselėjami geri tarpasmeniniai santykiai jaučiasi labiau vertinami, labiau pasitiki savimi sprendimų parėmime, linkę eksperimentuoti, kūrybiškesni, o tai gali teigiamai paveikti tiek asmeninių, tiek organizacinių tikslų siekį.

Apibendrinant, galime teigti, kad emocinė kompetencija tai asmens gebėjimas identifikuoti, suprasti, reikšti, valdyti ir panaudoti savo ir kitų emocijas (Mayer, Salovey, 1997; Brasseur, Mikolajczak, 2013), valdant savo, bei siekiant paveikti kito asmens elgesį (Libina, Libin, 1998). Įvairūs autoriai pažymi, kad emocinę kompetenciją sudaro dvi pagrindinės grupės – asmeninė ir tarpasmeninė emocinė kompetencija. Tarpasmeninę emocinę kompetenciją kai kurie autoriai dar įvardina kaip socialinę kompetenciją, tačiau taip pat pažymi, kad tai yra gebėjimas valdyti tarpasmeninius santykius. Tiek asmeninė, tiek tarpasmeninė emocinė kompetencija suvokiama kaip savęs bei kitų suvokimas bei savo ir kitų emocijų valdymas. Asmeninė ir tarpasmeninė emocinė kompetencija prisideda prie geresnių darbo rezultatų tiek darbuotojų, tiek ir visos organizacijos lygmeniu. Atliekant tyrimą vadovaujamas Brasseur'o ir kt. (2013) pateiktu emocinės kompetencijos konstruktu, kuris apima savo bei kitų emocijų atpažinimą, supratimą, raišką, valdymą bei panaudojimą. Šis konstruktas pasirinktas ir dėl to, kad padeda įvertinti įvairias emocinės kompetencijos sritis reikalingas tiek asmeninėje, tiek darbinėje aplinkoje.

2.3 Skirtingos kartos skaitmeninių technologijų vystymosi kontekste

Šiame poskyryje analizuojama mokslinė literatūra apie skirtingais laikmečiais gimusių asmenų tipologiją, kartų sampratą bei skirtingų kartų skirtumų susiformavimo prielaidas. Atsižvelgiant į sparčiai besikeičiančią technologinę aplinką analizuojama, kokią įtaką tai turi kartų skirtumų formavimuisi bei analizuojamas skirtingų kartų atstovų skaitmeninių technologijų naudojimo dažnis bei tikslai.

2.3.1 Kartų samprata bei tipologija

Mokslinėje literatūroje nuo seno analizuojami žmonių skirtumai atsižvelgiant į laikmetį kada jie gimė. Skirtingų kartų sampratą analizuoja daugybė mokslininkų ir nors kartos sąvoką apibrėžiama skirtingai, vis tik pripažįstama, kad egzistuoja gan akivaizdūs bruožai, kurie vienija tam tikrais laikmečiais gimusius žmones.

Vienas pirmųjų analizavusių kartos sąvoką sociologijos kontekste yra Karlas Mannheim'as (1952). Autorius pastebėjo, kad nepriklausomai nuo to, jog kiekvienas individas skirtingas patirtis traktuoja vis kitaip, tačiau buvo pastebėtas tam tikras tapatumas, kuris ir vienija panašios patirties žmonių grupę (Connolly, 2019). Mannheim kartą apibūdino kaip „grupę to paties amžiaus žmonių, kuriuos vienija koks nors įsimintinas istorinis įvykis“ (Mannheim, 1952, p. 165).

Vėliau skirtingi autoriai pateikė skirtingus kartos apibrėžimus (žr. 12 lent.).

12 lentelė. Kartos samprata

Autorius	Kartos samprata
Mannheim (1952)	„Grupė to paties amžiaus žmonių, kuriuos vienija koks nors įsimintinas istorinis įvykis“ (Mannheim, 1952, p. 165).
Muchnick (1996)	Žmonių grupė, gimusi panašiu metu ir siejama tam tikru istoriniu laikotarpiu.
Kupperschmidt (2000)	Žmonių grupės turinčios skirtingas vertybių sistemas, skirtingus darbo reikalavimus bei skirtingai reaguojantys į tam tikrus gyvenimo įvykius.
Murphy (2007)	Grupė žmonių gimę panašiu laikmečiu ir turintys charakterio ir elgesio panašumų, susiformavusių tam tikru metu, žmonėms dalinantis tais pačiais įvykiais, naujienomis, švietimu, auklėjimu ar netgi muzika.
DeVaney (2015)	Grupė žmonių, kurie savo formavimosi metais dalijosi patirtimi bei įvykiais, kurie gali sukurti panašų požiūrį ir elgesį visą likusį gyvenimą.
Janet, Jones, Murray, Tapp (2018)	Žmonių populiacijos stereotipas.

Kaip matoma 12 lentelėje, beveik visi autoriai pabrėžia, kad karta – tai žmonių grupė gimusi panašiu laikotarpiu ir siejama tam tikrais gyvenimo įvykiais, kurie turėjo įtakos to laikmečio žmonių formavimuisi. 20 a. kartos sąvoką autoriai praplėtė ir įtraukė netgi tokius kartų formavimuisi įtaką darančius faktorius kaip muzika, naujienos ar švietimas.

Analizuojant mokslinę literatūrą pastebima, kad skirtingi autoriai pateikia skirtingus kartų skirstymo periodus (žr. 13 lent.).

13 lentelė. Kartų skirstymo periodai (sudaryta remiantis Statnickė, 2016)

	Tylioji/Tradicinė karta	Kūdikų bumo karta	X karta	Y karta	Z karta
Howe & Strauss (1991)	1925-1942 metai	1943-1960 metai	1061-1981 metai	1982-2004 metai	Nuo 2005 metų
McCrindle & Wolfinger (2010)	1928-1945 metai	1946-1954 metai II kūdikų bumo karta 1955-1965	1966-1976 metai	1977-1994 metai	1995-2012 metai

The Sloan Center on Aging & Work (2011)	Gimę iki 1946 metų	1946-1964 metai	1965-1980 metai	1981-2000 metai	-
Kip Kelly (2014)	1928-1945 metai	1946-1964 metai	1965-1979 metai	1980-1995 metai	nuo 1996 metų

Nors skirtingi autoriai pateikia skirtingus kartų skirstymo periodus, pastebima tendencija, kad paprastai skirtingos kartos formuojasi kas keletą dešimtmečių. Nors autoriai pateikia konkrečius skirtingų kartų skirstymo periodus, pastebima, kad tam tikro amžiaus asmenys skirtingų autorių priskiriami tai vienai tai kitai kartai. Dėl nevieningos autorių nuomonės ir nesant galimybės nustatyti, kuriuo konkrečiai metu baigiasi vienos ir prasideda kitos kartos laikmetis, atliekant tyrimą tam tikro amžiaus asmenys įtraukiami į tarpines skirtingų kartų grupes.

13 lentelėje matoma, kad šiuo metu vyrauja 5 kartos: tylioji, kūdikių bumo, X, Y ir Z kartos. Pirmieji kūdikių bumo kartos atstovai jau traukiasi iš darbo rinkos, o naujoji Z karta vis plačiau žengia į ją. Akivaizdu, kad kuo įvairesni darbuotojai dirba organizacijoje, tuo sunkiau suderinti jų skirtumus. Kad būtų paprasčiau tai padaryti, svarbu žinoti pagrindinius kartų skirtumus, jų privalumus bei trūkumus.

Tyliosios kartos atstovų darbo rinkoje praktiškai nebėra. Dauguma šios kartos atstovų užaugo Didžiosios depresijos laikais. Patyrę didelių ekonominių išbandymų į darbą žvelgė labai atsakingai, dažnu atveju liko lojalūs tai pačiai organizacijai (Beekman, 2011). Harber (2011) savo disertacijoje tyliosios kartos atstovus apibūdino kaip itin drausmingus, orientuotus į tikslą, dėmesingus detalėms, nuoseklius bei vengiančius konfliktų asmenis.

Kūdikių bumo karta gimė iškart po Antrojo pasaulinio karo. Pagrindiniai šios kartos formavimosi įvykiai buvo pilietinių teisių judėjimas, Vietnamo karas bei pirmas žmogaus išsilaipinimas mėnulyje. Šios kartos atstovai augo aplinkoje kuomet paprastai moterys likdavo namuose su vaikais, o vyras dirbdavo, taigi moterys galėjo vaikams skirti daugiau laiko, juos lavinti (Harber, 2011).

Pasak Madison'o ir Bockanic'o, (2014) kūdikių bumo kartos atstovai turėjo finansines ir edukacines galimybes ir buvo vieni pirmųjų šeimoje įgijusių aukštąjį išsilavinimą dėl ko yra orientuoti į karjerą ir tikslo siekimą (Shoua Xiong, 2019).

Hahn'as (2017) teigia, kad kūdikių bumo kartos atstovai labai lojalūs darbuotojai, jaučiantys didelę atsakomybę ir gebantys dirbti komandoje (Shoua Xiong, 2019). Šios kartos atstovai labai motyvuoti, orientuoti į tikslą, kai kurių autorių vadinami „darboholikais“, tačiau naujosios technologijos jiems yra iššūkis (Shoua Xiong, 2019). Kalbant apie bendravimą kūdikių bumo kartos atstovai pirmenybę teikia bendravimui „akis į akį“ (Beekman, 2011). Atlikdami užduotis jie labiau mėgaujasi procesu, o ne fokusuojasi į rezultatą, tačiau yra pakankamai motyvuoti užduotį atlikti (Statnickė, 2016).

X kartos atstovai formavosi sumaištis pilname pasaulyje – jie matė Berlyno sienos griūtį, AIDS epidemiją, Votergeito skandalą. Taip pat augant šiai kartai, buvo užfiksuotas didžiausias skrybių skaičius, taigi dažnu atveju tai buvo išsiskyrusių šeimų vaikai, dėl ko ankstyvame amžiuje tapo

nepriklausomi ir išmoko pritaipyti permainų pasaulyje (Kelly, 2014). Šios kartos atstovai augo didelių technologinių pasiekimų aplinkoje, nuolat buvo atradimų sūkurėje (Xiong, 2019).

Ši karta trokšta naujovių, nori mokytis, tobulėti, įgyti naujų įgūdžių, tačiau tuo pačiu išlikti laisvi, turintys pasirinkimą ir nesuvaržyti (Kelly, 2014). Šios kartos atstovai lengvai adaptuojasi prie naujų technologijų, yra orientuoti į rezultatą, nori jaustis vertinami ir kai taip jaučiasi gali pasiekti labai gerų darbo rezultatų (Statnickė, 2016).

Y karta buvo pirmoji skaitmeninės kartos banga, gimusi technologijų pasaulyje (Bensik, 2016). Pasak autorės, ši karta turi aukštą kvalifikaciją skaitmeninių technologijų srityje ir jiems nesunku įgyti naujus įgūdžius. Joy ir Haynes (2011) teigia, kad Y kartos atstovai ištroškę žinių ir technologinių naujovių (Xiong, 2019). Pasak Kilber'o ir kt. (2014) Y karta nemėgsta kai jiems nurodoma ar paaiškinama kaip atlikti užduotis, jie labiau mėgsta tai išsiaiškinti patys (Xiong, 2019).

Ši karta puoselėja santykius virtualioje erdvėje, socialiniuose tinkluose, mėgsta greitą gyvenimo būdą, mieliau bendrauja virtualiai nei tiesioginiais susitikimais (Harber, 2011). Kai kurie autoriai teigia, kad ši karta apie naujas technologijas žino daugiau nei jų tėvai ar mokytojai (Xiong, 2019).

Pasak Schweitzer'o, ir Lyons'o, (2010) Y karta visko nori „čia ir dabar“, vertina darbo, šeimos ir nepriklausomybės pusiausvyrą (Xiong, 2019). Šios kartos atstovai nori, kad jų darbas būtų prasmingas ir kai darbe išvelgia prasmę gali atiduoti visą savo energiją, tačiau pirmenybę vis tiek teikia savo gerovei bei harmoningam gyvenimui (Statnickė, 2016).

Z karta – naujausia darbo rinkoje esanti karta, gimusi technologijų pasaulyje, laikotarpyje kada suaktyvėjo terorizmo grėsmė, globalizacija. Atliktame tyrime Singh (2014) nustatė, kad dauguma Z kartos atstovų augdami patyrė spaudimą iš tėvų įgyti profesinės patirties, tačiau patys gyvendami įtemptu ritmu vaikams nepadėjo to daryti dėl ko Z kartos atstovai išmoko savarankiškumo.

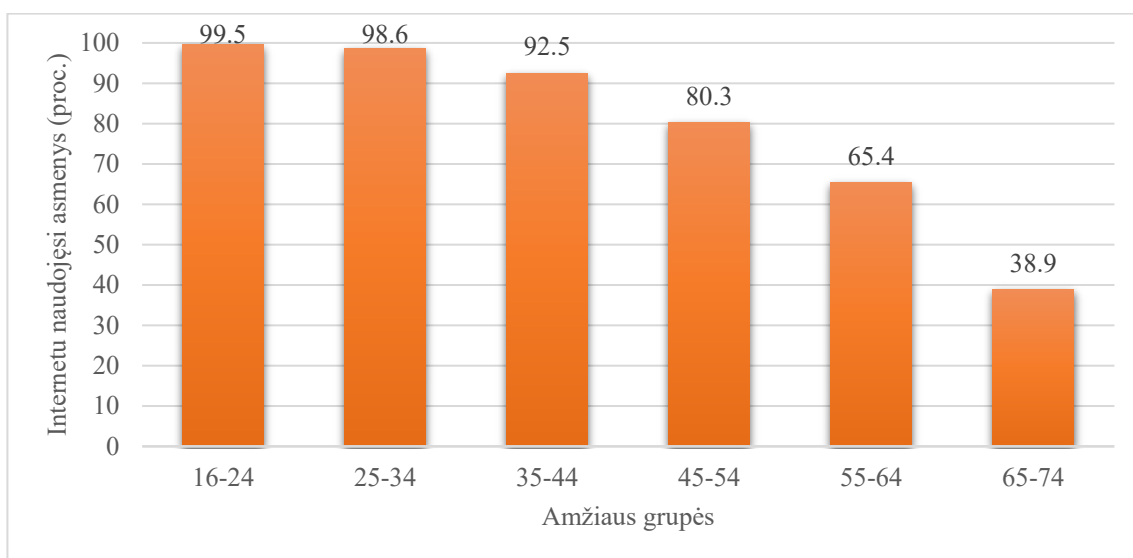
Šios kartos atstovai gimė jau išsivysčiusioje skaitmeninės technologijos eroje, todėl jiems svarbu likti apsuptiems technologijų (Bensik, 2016). Bensik (2016) teigia, jog ši karta nuolat yra prisijungę prie įvairių techninių prietaisų, taigi bendravimo galimybės ar kitos informacijos perdavimas jiems yra lengvai pasiekiamas. Dėl šios priežasties kitos socializacijos formos jiems yra sudėtingos – lyginant su Y karta, Z kartos atstovams realiame pasaulyje sunkiau kovoti su problemomis, spręsti konfliktines situacijas (Bensik, 2016). Pasak Tari'o (2011) Y ir Z kartoms virtualus pasaulis yra savaime suprantamas, natūralus dalykas, tačiau jiems sunkiau bendrauti realiame gyvenime. Autorius teigia, kad šių kartų atstovai dažniau jaučia nerimą, yra nusivylę, dažnai laiką leidžia namuose.

Apibendrinant galime teigti, kad karta – tai žmonių grupė gimusi panašiu laikotarpiu bei siejama su tam tikrais įvykiais gyvenime, turinti skirtingas vertybių sistemas, skirtingai reaguojanti į tam tikrus įvykius gyvenime bei dėl bendros patirties susiformavusios tam tikru laikotarpiu turinti charakterio ir elgesio panašumų (Mannheim, 1952; Connolly, 2019; Murphy, 2007; Sharon DeVaney, 2015). Šiuo metu yra išskiriamos penkios - tylioji, kūdikių bumo, X, Y ir Z kartos. Darbo rinkoje daugiausiai X ir Y kartos atstovų, o naujoji Z karta artimiausiu metu darbo rinkoje turėtų pakeisti Kūdikių bumo kartą.

2.3.2 Skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo tikslai ir dažnis

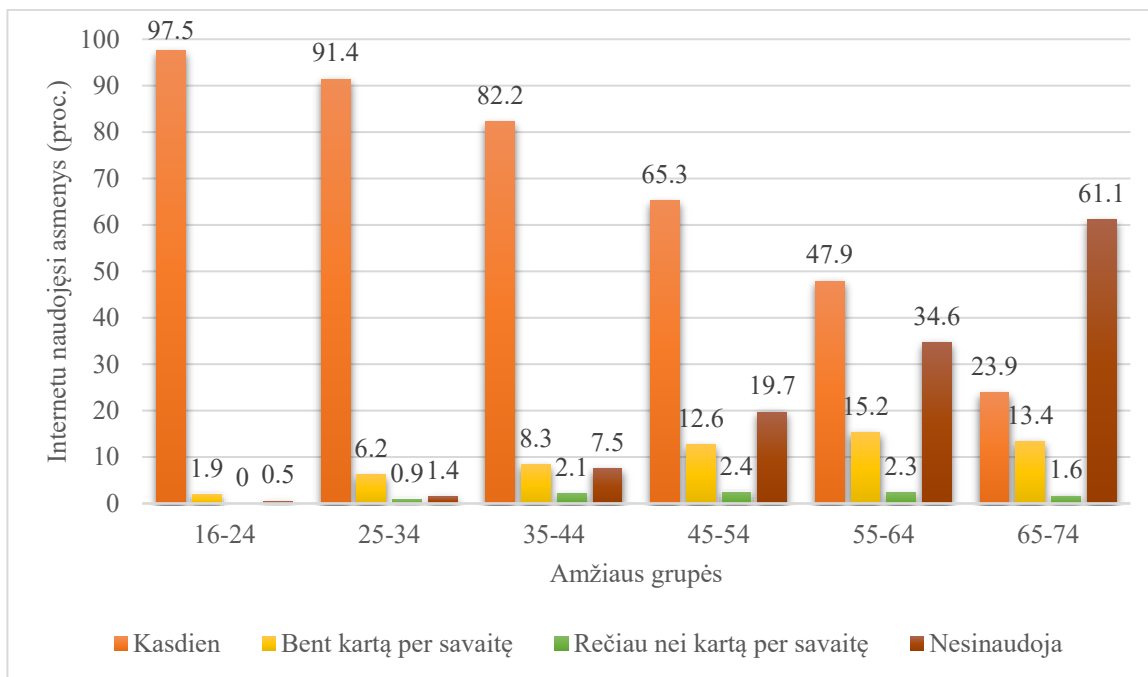
Kaip jau minėta anksčiau, kartoms formuojantis tam tikrame laikmetyje, jas supa skirtinga skaitmeninių technologijų aplinka, kuri neabejotinai daro įtaką asmens savybių formavimuisi. Kūdikių bumo kartos atstovai užaugo praktiškai neveikiami skaitmeninių technologijų, X karta augo nuolatinių technologinių naujovių sukuryje, Y karta buvo pirmoji skaitmeninės technologijos karta, gimusi jau gerokai pažengusiame technologijų pasaulyje, o tuo tarpu naujoji Z karta gimė jau išsivysčiusioje skaitmeninių technologijų eroje. Ši itin dinamiška skirtingų kartų aplinka yra vienas iš faktorių, kuris lėmė kartų skirtumų susiformavimą.

Statistikos departamento duomenimis Lietuvoje 2018 metais internetu naudojami 80 proc. 16–74 metų amžiaus gyventojų, didžioji dauguma - 68 proc. – internetą naudojo kasdien. Net 58 proc. nurodė, kad bendravo socialiniuose tinkluose. Analizuojant gyventojų, kurie naudojami internetu amžių, pastebima, kad vyresnio amžiaus asmenys internetą naudoja rečiau nei jaunesnio – 4 paveiksle pateikiami 2018 metų Statistikos departamento duomenys, kurie atskleidžia kiek procentų gyventojų naudojami internetu, vertinant pagal amžiaus grupes (žr. 4 pav.).



4 pav. Internetu naudojęsi asmenys pagal amžių grupes 2018m. (Lietuvos statistikos departamento duomenys)

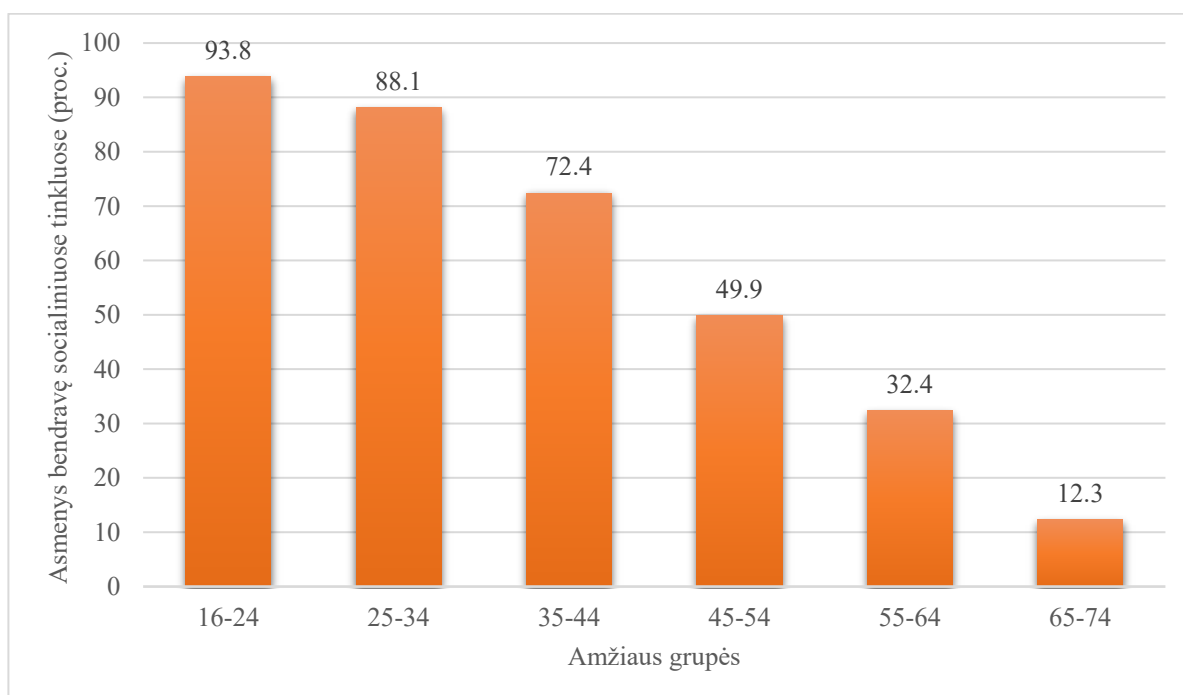
Kaip matome iš pateiktų duomenų, beveik 20 procentų 45-54 metų asmenų, kurių dauguma priklauso X kartai, nesinaudoja internetu, kai tuo tarpu beveik visi jaunesnių kartų atstovai internetu naudojami. Analizuojant skirtingų amžiaus grupių asmenų naudojimosi internetu dažnumą, taip pat pastebimas gan didelis skirtumas (žr. 5 pav.).



5 pav. Asmenų pasiskirstymas pagal naudojimosi internetu dažnumą ir amžių 2018 m. (Lietuvos statistikos departamento duomenys)

Pateikti duomenys atskleidžia, kad lyginant pateiktas interneto naudotojų amžiaus grupes pastebima tendencija, kad kuo jaunesnis asmuo, tuo dažniau jis naudoja internetą. Vertinant pateiktus duomenis, galima daryti prielaidą, kad Z karta internetu naudojasi dažniausiai, Y karta rečiau, X karta dar rečiau, o rečiausiai internetą naudoja Kūdikių bumo karta.

Analizuojant interneto naudojimosi tikslus ir bendravimą socialiniuose tinkluose, taip pat pastebima ta pati tendencija – jaunesni asmenys kur kas dažniau bendrauja socialiniuose tinkluose nei vyresnio amžiaus gyventojai (žr. 6 pav.).



6 pav. Interneto naudojimas bendravimo socialiniuose tinkluose tikslu pagal amžiaus grupes 2018 m.
(Lietuvos statistikos departamento duomenys)

Kaip matome 6 paveiksle pateiktoje diagramoje vos tik pusė 45-54 amžiaus asmenų naudodamiesi internetu bendrauja socialiniuose tinkluose, kai tuo tarpu jaunesnio amžiaus gyventojai šiam tikslui internetą naudoja beveik dvigubai dažniau. Šie duomenys atskleidžia skirtingus įvairaus amžiaus grupių asmenų įpročius naudojant skaitmenines technologijas taigi šie skirtumai gali daryti įtaką bei jų emocinės kompetencijos lavinimui.

Apibendrinat skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo tikslus ir dažnį pastebima, kad vyresnių kartų atstovai skaitmenines technologijas naudoja rečiau nei jaunesnėms kartoms priskiriami asmenys. Statistikos departamento duomenimis net 99,5 proc. 16 – 24 m. asmenų yra naudojęsi internetu, kai tuo tarpu 55-64 m. asmenų tarpe šis skaičius sudaro tik 65,4 proc. Vertinant skaitmeninių technologijų naudojimo dažnį taip pat pastebima, kad kuo jaunesnis asmuo, tuo dažniau jis naudoja internetą. Taip pat pateikti duomenys atskleidžia tai, kad vos pusė 45-54 m. gyventojų bendrauja socialiniuose tinkluose, kuomet 16 – 24 m. amžiaus grupėje šis skaičius sudaro daugiau nei 90 proc.

2019 metų duomenimis populiariausi socialiniai tinklai Lietuvoje yra šie: „Facebook“, „Instagram“, „LinkedIn“ ir „Snapchat“ (žr. 14 lentelę).

14 lentelė. Populiariausi socialiniai tinklai Lietuvoje (šaltins vz.lt)

	SOCIALINIS TINKLAS	NAUDOTOJŲ SKAIČIUS
1	„Facebook“	1,6 mln.
2	„Instagram“	630.000
3	„LinkedIn“	390.000
4	„Snapchat“	337.500

Nors šios platformos bendrąja prasme suprantamos kaip socialiniai tinklai, tačiau pasak Masciantonioa ir kt. (2020), kiekvienas naudotojas šias platformas renkasi atsižvelgdamas į savo poreikius bei motyvus.

Cheung'as ir kt. (2011) teigia, kad „Facebook“ naudojamas siekiant palaikyti tarpasmeninį ryšį, socialiniam tobulėjimui bei linksmam laiko praleidimui. Kiti autoriai (Nadkarni, Hofmann, 2012) „Facebook“ naudojimą grindžia dvejais esminiais poreikiais – poreikiu kam nors priklausyti bei poreikiu pristatyti save. Masciantonioa's ir kt. (2020) teigia, kad „Facebook“ leidžia žmonėms rasti socialinę paramą ir parodyti savo idealizuotą „AŠ“. Tuo tarpu „Instagram“ yra susijęs su kitų vartotojų stebėjimu, informacijos rinkimu, padeda atskleisti savo kūrybiškumą bei sukuria „šaunumo“ įvaizdį (Sheldon, Bryabt, 2016). „LinkedIn“ platformos naudojimas siejamas su profesine pažanga bei savęs pristatymu (Kim, Cha, 2017), o „Snapchat“ naudojimo motyvai yra ryšių su artimaisiais palaikymas bei kitų asmenų veiklos „čia ir dabar“ stebėjimas.

Fortunati's ir kiti autoriai (2019) sutinka, kad skaitmeninių technologijų plėtra iššaukė dar vieną diskusiją, susijusią su kartų skirtumais. Pasak Prenskey, skaitmeninės technologijos suformavo dar vieną kartų skirtumų prielaidą, bei žmones suskirstė į „gimusius su skaitmeninėmis technologijomis“ (angl. *digital natives*) bei „skaitmeninių technologijų imigrantus“ (angl. *digital immigrants*) – tuos, kurie su skaitmeninėmis technologijomis susidūrė tik vėlesniame amžiuje

(Fortunati, Taipale, Federico, 2019). Šis kartų skirstymas gan primityvus, tačiau jis atskleidžia, kad skaitmeninės technologijos neabejotinai daro įtaką kartų skirtumų formavimuisi.

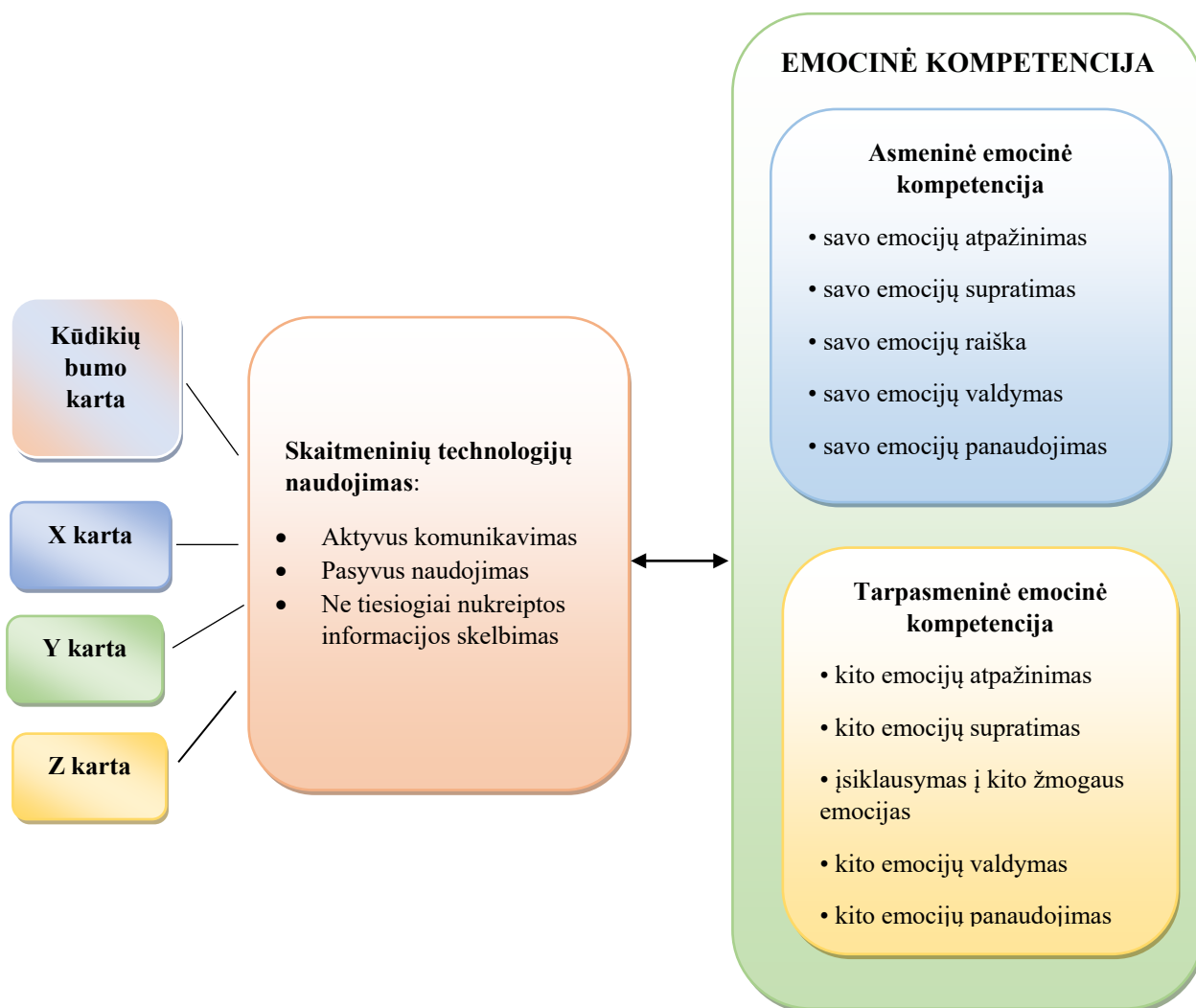
Įvertinus anksčiau aptartus kartų skirtumus, kurie teigia, kad naujosios kartos, augusios apsuptos skaitmeninių technologijų ir jų bendravimo įpročiams persikėlus į virtualią erdvę susiduria su problemomis bendraujant realiame gyvenime, sprendžiant konfliktines situacijas, dažniau jaučia nerimą bei nusivylimą (Bensik, 2016), daroma prielaida kad technologinis kontekstas labiausiai paveikė Z kartą, Y kartą mažiau, o X kartą dar mažiau. Analizuojant Statistikos departamento duomenis, pastebima ryški tendencija, kad jaunesnių kartų atstovai internetu naudojami kur kas dažniau nei vyresnėms kartoms priklausantys gyventojai, o vertinant bendravimą socialiniuose tinkluose pastebimas dar ryškesnis skirtumas – vyresnio amžiaus asmenys socialiniuose tinkluose bendrauja beveik dvigubai rečiau. Skaitmeninėms technologijoms vis labiau skverbiantis į darbinį bei asmeninį gyvenimą mažėja realaus bendravimo poreikis, dėl ko emocinė kompetencija yra silpnai išvystyta. Siekiant patvirtinti šią prielaidą atliekant tyrimą bus siekiama pagrįsti skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajas.

2.4 Skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos sąsajų modelis

Atlikus mokslinės literatūros analizę ir apibrėžus kartų skirtumų formavimosi prielaidas, galimus skaitmeninių technologijų naudojimo būdus bei emocinės kompetencijos konstruktą pateikiamas skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos sąsajų modelis (žr. 7 pav.).

Kaip jau aptarta anksčiau, kartos formuojasi skirtingoje technologinėje aplinkoje ir jų bendravimo įpročiai per keletą dešimtmečių pasikeitė kardinaliai. Naujajai Z kartai tapo įprasta jau nuo mažens bendrauti virtualiai, kai tuo tarpu vyresnieji X kartos atstovai skaitmenines technologijas atrado kur kas vyresniame amžiuje. Y karta, gimusi jau išsivysčiusiame technologijų pasaulyje, taip pat mieliau renkasi virtualų nei realų bendravimo būdą. Tačiau svarbu pabrėžti, kad pasak Bensik (2016) bei Tari (2011) naujosios kartos susiduria su sunkumais bendraujant realiame gyvenime, sprendžiant konfliktines situacijas, kur kas dažniau jaučia nerimą bei susiduria su sunkumais sprendžiant kitas problemas. Šie sunkumai su kuriais susiduria jaunųjų kartų atstovai galimai yra sąlygoti silpnai išvystytos emocinės kompetencijos, kuriai įtaką daro vis dažnesnis skaitmeninių technologijų naudojimas.

Šiame modelyje skaitmeninių technologijų naudojimas skirstomas į Burke ir kt. (2011) pasiūlytus tris naudojimo būdus – aktyvus komunikavimas, pasyvus naudojimas bei ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimas. Tuo tarpu emocinės kompetencijos konstruktas pateiktas autorių Brasseur ir Mikolajczak (2013), kurie remiasi Mayer ir Salovey (1997). Autorių teigimu emocinė kompetencija, susideda iš asmeninės ir tarpasmeninės emocinės kompetencijos, kurios dar skirstomos į penkias subkategorijas – emocijų atpažinimas, supratimas, raiška, valdymas ir panaudojimas.



7 pav. Skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos sąsajų modelis (sudaryta autorės)

Pateiktas modelis atspindi tai, kad kartoms besiformuojant skirtingoje technologinėje aplinkoje skiriasi jų laisvalaikio leidimo įpročiai, bei jų bendravimo įpročiams iš realaus pasikeitus į virtualų bendravimą, naujosios kartos gimusios apsuptos skaitmeninių technologijų praktikuoja kitokį bendravimo būdą nei vyresniųjų kartų atstovai, kurie yra pripratę bendrauti matant kitą asmenį bei jo emocijas. Šie skirtingi laisvalaikio leidimo bei bendravimo įpročiai daro įtaką skirtingų kartų emocinei kompetencijai bei atskiroms jos sudedamosioms dalims.

3. Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų tyrimo metodika

Šiame skyriuje bus aptariamas tyrimo tikslas bei jo uždaviniai, apibrėžiamas tyrimo dizainas bei pateikiama tyrimo eiga bei jo organizavimas.

3.1 Tyrimo tikslas ir uždaviniai

Atliekant tyrimą „Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajos“, naudojama kiekybinė tyrimo metodologija. Anketinė apklausa patalpinta elektroninėje erdvėje, puslapyje surveymonkey.com. Norint pasiekti kuo didesnę įvairių respondentų skaičių, anketos nuoroda įvairiais kanalais siunčiama potencialiems respondentams prašant jų užpildyti klausimyną.

Tyrimo tikslas – ištirti skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajas.

Tyrimo uždaviniai:

- Ištirti skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo raišką;
- Ištirti skirtingoms kartoms būdingą emocinės kompetencijos raišką;
- Ištirti skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajas.

3.2 Tyrimo dizainas

Pasirinktas tyrimo metodas – kiekybinis tyrimas – organizuojamas taikant elektroninę anketinę apklausą, atsizvelgiant į šalyje vyraujančią epidemiologinę situaciją ir siekiant turėti didesnę imtį. Šis metodas pasirinktas ir dėl to, kad nereikalauja didelių laiko sąnaudų bei piniginių kaštų, patogus duomenų apdorojimas, kuriuos galima patvirtinti matematiniais – statistiniais metodais, respondentai atsakymams gali skirti tiek laiko kiek pageidauja taip pat anketą siunčiant tiesiogiai respondentui lieka galimybė prireikus nuotoliniu būdu pasikonsultuoti su tyrimą atliekančiu asmeniu (Dikčius, 2002).

Išanalizavus kartų skirtumų susiformavimo prielaidų, skaitmeninių technologijų naudojimo ir emocinių kompetencijų raiškos dinamikos bei kartų emocinių kompetencijų ypatumų mokslinius straipsnius bei kitą literatūrą atliekamas dirbančių asmenų, atstovaujančių skirtingas kartas, empirinis tyrimas, kuris padės pateikti rekomendacijas organizacijoms.

Tyrimui atlikti naudojama anketinė apklausa (žr. 1 priedą) – 15 lentelėje pateikiamas klausimyno pagrindimas.

15 lentelė. Anketinės apklausos klausimyno pagrindimas

Klausimų grupė	Klausimai	Klausimų formulavimo šaltinis	Pagrindimas
Demografiniai duomenys	1, 2, 3	Sudaryta autorės	Klausimais siekiama nustatyti respondentų demografinius duomenis.
Skaitmeninių technologijų naudojimas	4, 5, 6	Sudaryta autorės, remiantis Cheung ir kt. (2011); Burke ir kt. (2011)	4 ir 5 klausimai skirti nustatyti respondentų įpročius naudojant skaitmenines technologijas asmeniniais

			bei darbo tikslais - analizuojami įpročiai naudojant keturis populiariausius socialinius tinklus Lietuvoje. 6 klausimu siekiama nustatyti kokią veiklą apklausos dalyviai praktikuoja naudodami socialinius tinklus.
Emocinė kompetencija	7	Emocinės Kompetencijos Profilio klausimynas (angl. <i>Profile of Emotional Competence</i>) lietuvių kalba, validuotas mokslininkų Skarbaliënės, Skarbaliaus ir Mikolajczak (2019)	Klausimynas skirtas nustatyti bendrą respondentų emocinę kompetenciją, bei atskiras jos dalis – asmeninę bei tarpasmeninę emocinę kompetenciją.

Skaitmeninių technologijų naudojimo bloko klausimai sudaryti remiantis Cheung'u ir kt. (2011) bei Burke ir kt. (2011). Autoriai teigia kad, skaitmeninių technologijų naudojimą galima suskirstyti į tris naudojimo būdus – aktyvus komunikavimas, pasyvus naudojimas ir ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimas. Autorių nuomone, kiekvienas iš šių naudojimo būdų apima tam tikrą vartotojų veiklą socialiniuose tinkluose. Formuojant klausimus buvo vadovaujamosi autorių nurodytu tam tikrai veiklai būdingu vartotojų elgesiu naudojantis socialiniais tinklais ir respondentų klausiami, kaip dažnai jie praktikuoja vieną ar kitą veiklą.

4 ir 5 klausimu siekiama nustatyti kiek laiko apklausos dalyviai praleidžia naudodamiesi skaitmeninėmis technologijomis asmeniniais bei darbo tikslais, vertinant pagal keturis populiariausius socialinius tinklus Lietuvoje – „Facebook“, „Instagram“, „LinkedIn“ bei „Snapchat“. 6 klausimu vertinama kokią veiklą respondentai praktikuoja naudodami šiuos socialinius tinklus – aktyvaus komunikavimo, pasyvaus naudojimo ar ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimo.

Atliekant tyrimą ir siekiant išmatuoti respondentų emocinės kompetencijos lygį, naudojamas Emocinės Kompetencijos Profilio klausimynas (angl. *Profile of Emotional Competence*) lietuvių kalba, validuotas mokslininkų Skarbaliënės, Skarbaliaus ir Mikolajczak (2019). Klausimyną sudaro 50 teiginių vertinamų 5 balų Likert'o skalėje. Klausimynas sudarytas taip, kad kiekvienai iš dešimties emocinių kompetencijų priklauso po 5 teiginius. Originali angliška šio klausimyno versija sukurta autorių Basseur, Gre'goire, Bourdu, Mikolajczak (2013). Klausimynas sukurta taip, kad būtų išmatuotas atskirai asmeninis ir tarpasmeninis emocinės kompetencijos lygis bei penkios pagrindinės emocinės kompetencijos sritys – emocijų atpažinimas, emocijų supratimas, emocijų raiška, emocijų valdymas bei emocijų panaudojimas (žr. 16 lent.). Simboliu „*“ pažymėti teiginiai – reversiniai, analizuojant rezultatus perskaičiuojami, vertinant kad 1=5, 2=4, 3=3, 4=2, 5=1.

16 lentelė. PECLt klausimyno skaičiavimo algoritmas (sudaryta remiantis Skarbaliënė, Skarbaliaus ir Mikolajczak, 2019)

Vertinimo sritis	Teiginiai
Asmeninė emocinė kompetencija:	
• savo emocijų atpažinimas	6, 16, 20*, 48, 49*
• savo emocijų supratimas	1*, 2*, 10, 26*, 43*
• savo emocijų raiška	8, 17, 25*, 38*, 42*
• savo emocijų valdymas	12, 15, 37*, 39, 50
• savo emocijų panaudojimas	9*, 21, 22, 24, 41
Tarpasmeninė emocinė kompetencija:	

• kito emocijų atpažinimas	7, 29*, 30, 40*, 44*
• kito emocijų supratimas	5*, 13, 14, 18*, 34*
• įsiklausymas į kito žmogaus emocijas	23, 28*, 31*, 45, 46*
• kito emocijų valdymas	19, 27*, 33, 35, 47
• kito emocijų panaudojimas	3, 4, 11, 32, 36

Bendra emocinė kompetencija apskaičiuojama sudėjus visas kompetencijas ir išvedus jų vidurkį. Atitinkamai ir asmeninė bei tarpasmeninė emocinė kompetencija – sudėjus visus teiginius susijusius su savo emocijomis ir kito emocijomis ir išvedus jų vidurkį.

Siekiant nustatyti ar tyrime naudota skalė yra patikima bei ar skirtingų klausimų grupių elementai matuoja tą pačią savybę buvo apskaičiuotas Cronbacho alfa koeficientas (žr. 17 lent.).

17 lentelė. Klausimyno patikimumo vertinimas

Klausimynas	Cronbacho α koeficientas
Skaitmeninių technologijų naudojimo klausimų grupė	Cronbacho $\alpha = 0,588$
Emocinės kompetencijos klausimų grupė	Cronbacho $\alpha = 0,873$
Skaitmeninių technologijų naudojimo ir emocinės kompetencijos sąsajų klausimynas	Cronbacho $\alpha = 0,840$

Skirtingi autoriai pateikia skirtingas Cronbacho alfa interpretavimo įžvalgas, tačiau Hinton'as ir kt. (2004) teigia, kad kuomet koeficientas yra nuo 0,5 iki 0,7 reiškia, kad skalės patikimumas yra patenkinamas, o kuomet yra lygus arba didesnis nei 0,7, bet neviršija 0,9 tuomet skalės patikimumas vertinamas kaip aukštas. Analizuojant atskiras klausimyno grupes matome, kad skaitmeninių technologijų naudojimo klausimų grupės patikimumas yra patenkinamas, o emocinės kompetencijos klausimų grupės bei viso klausimyno patikimumas yra aukštas.

Gautiems rezultatams apdoroti ir analizuoti pasitelkiamos IBM SPSS ir Excel programos. Empirinio tyrimo rezultatams analizuoti pasirinkti šie analizės metodai: vidurkio analizės metodas, Z įvertis, Mann-Whitney U testas, koreliacinio ryšio vertinimas.

Analizuojant skaitmeninių technologijų naudojimo ir respondentų emocinės kompetencijos raišką buvo naudojami vidurkio analizės ir Z įverčio metodai. Z įverčio metodas pasirinktas dėl to, kad anketos klausimai vertinami penkiabalėje skalėje ir analizuojami daugiau nei du kintamieji.

Siekiant nustatyti ar egzistuoja statistiškai reikšmingas skirtumas tarp skirtingų amžiaus grupių emocinės kompetencijos ir jos sudedamųjų dalių, bei skirtingų amžiaus grupių apklausos dalyvių ir skaitmeninių technologijų naudojimo, buvo atlikta Mann-Whitney U analizė. Atliekant šią analizę, statistiškai reikšmingas skirtumas fiksuojamas jei p reikšmė yra mažesnė už 0,05 – jei p yra daugiau arba lygus nei 0,05 statistiškai reikšmingo skirtumo nėra.

Koreliacinė analizė taikoma siekiant nustatyti ar yra ryšys tarp skaitmeninių technologijų naudojimo, emocinės kompetencijos bei skirtingų amžiaus grupių apklausos dalyvių. Ši analizė taikoma siekiant nustatyti skirtingų amžiaus grupių ir skaitmeninių technologijų naudojimo; skirtingų amžiaus grupių ir emocinės kompetencijos ryšį bei skaitmeninių technologijų naudojimo ir emocinės kompetencijos sąsajas. Skaiciuojamas Pearson koreliacijos koeficientas, nes

analizuojami skaitmeniniai duomenys, o skirstiniai atitinka normalumo sąlygą. Atliekant šią analizę teigiamas koeficientas rodo tiesioginę priklausomybę ir tai reiškia, kad didėjant vienam kintamajam didėja ir kitas, o neigiamas koeficientas rodo atvirkštinę priklausomybę ir reiškia, kad padidėjus vienam kintamajam kitas mažėja.

3.3 Tyrimo eiga ir organizavimas

Kiekybinis tyrimas buvo atliekamas nuo 2021 vasario 16 - 26 dienomis. Tyrime dalyvavo 216 respondentų, tačiau tyrimo rezultatų apibendrinimui analizuojamos 178 tinkamai užpildytos anketos.

Analizuojant gautus rezultatus, respondentų atsakymams buvo suteikta skaitinė išraiška. Atsakymams suteiktos skaitinės išraiškos reikšmės pateikiamos 18 lentelėje (žr. 18 lent.).

18 lentelė. Klausimyno atsakymų kodavimas

Atsakymo variantas	Skaitinė išraiška
Skaitmeninių technologijų naudojimas:	
Mažiau nei 30 min.	1
30 min. – 1 val.	2
1 – 3 val.	3
3-5 val.	4
Daugiau nei 5 val.	5
Nenaudoju	0
Skirtingų socialinių tinklų naudojimas:	
Kiekvieną dieną	1
Maždaug kas antrą dieną	2
Kelis kartus per savaitę	3
Kartą per savaitę	4
Rečiau nei kartą per savaitę	5
Emocinė kompetencija	
Visiškai nesutinku	1
Nesutinku	2
Nei sutinku, nei nesutinku	3
Sutinku	4
Visiškai sutinku	5

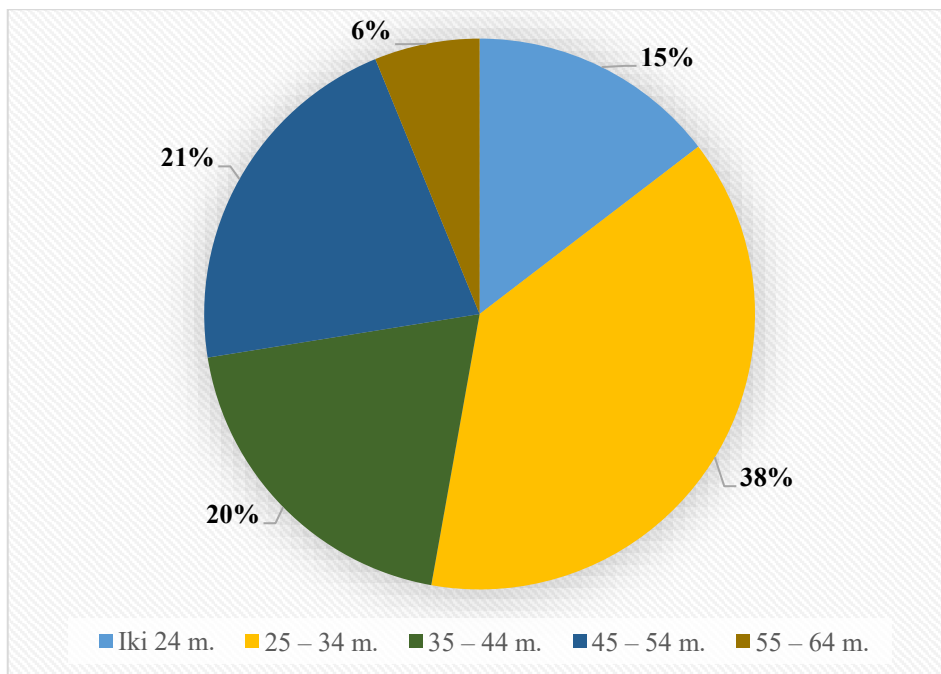
18 lentelėje pateiktas klausimų atsakymo kodavimas naudojamas statistinei tyrimo rezultatų analizei, kuri pateikiama toliau esančiame skyriuje.

4. Skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos sąsajų tyrimo rezultatų analizė

Šiame skyriuje aptariami atlikto tyrimo rezultatai, apibrėžiama respondentų charakteristika, skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo bei emocinės kompetencijos raiška bei analizuojamos sąsajos tarp skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos.

4.1. Respondentų charakteristika

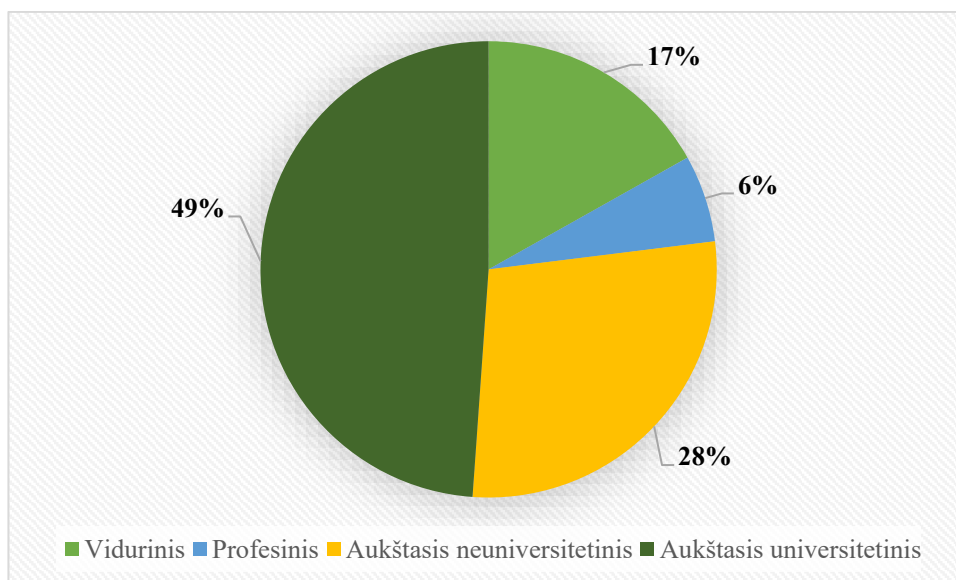
Iš 178 tyrime dalyvavusių respondentų didžioji dalis buvo moterys. Moterys sudaro 90,45 proc. tyrimo dalyvių, tuo tarpu vyrai - 9,55 proc. Analizuojant respondentų pasiskirstymą pagal amžiaus grupes, didžiausią dalį sudaro 25 – 34 m. amžiaus apklausos dalyviai. 8 paveiksle pateikiamas visų respondentų pasiskirstymas pagal amžiaus grupes (žr. 8 pav.).



8 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžiaus grupes

Kaip matome pateiktoje diagramoje, daugiausiai tyrime dalyvavo 25-34 m. amžiaus respondentai – jie sudaro 38 proc. visų apklausos dalyvių. 35-44 m. bei 45-54 m. amžiaus grupei priskiriamų apklausos dalyvių dalyvavo apie 20 proc., o likusius 15 proc. sudaro asmenys iki 24 m. amžiaus. Jaunesnių kartų atstovų tyrime dalyvavo mažiausiai, kadangi tiriami dirbantys asmenys, kai tuo tarpu naujoji Z karta yra naujai į darbo rinką žengianti karta, kuri sudaro mažiausią dalį darbuotojų rinkoje.

Vertinant apklausos dalyvių išsilavinimą pastebima, kad beveik pusė apklausoje dalyvavusių asmenų turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą (žr. 9 pav.).



9 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą

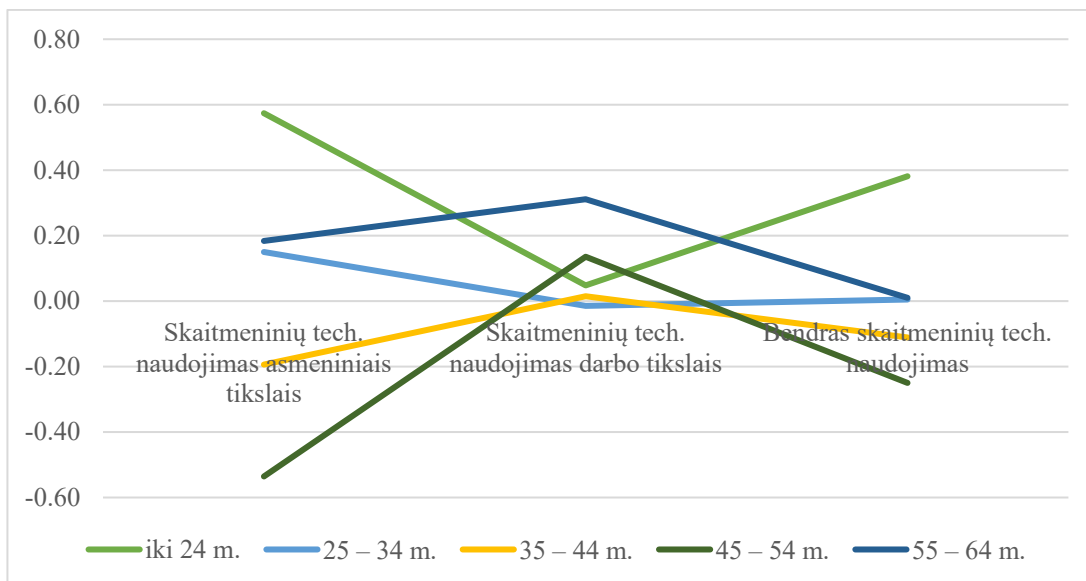
Mažiausią dalį respondentų sudaro profesinį išsilavinimą turintys asmenys (6 proc.), o aukštąjį neuniversitetinį bei vidurinį išsilavinimą yra įgiję atitinkamai 28 proc. ir 17 proc. apklausos dalyvių.

4.2. Skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo raiška

Analizuojant skirtingų amžiaus grupių skaitmeninių technologijų naudojimo raišką pastebimi skirtingi įpročiai. Skirtingo amžiaus respondentai linkę naudoti skirtingas skaitmenines technologijas, taip pat skiriasi ir laikas naudojantis jomis. Siekiant geriau suprasti skirtumus toliau pateikiama atlikto tyrimo analizė vertinant skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo raišką.

Skaitmeninių technologijų naudojimas.

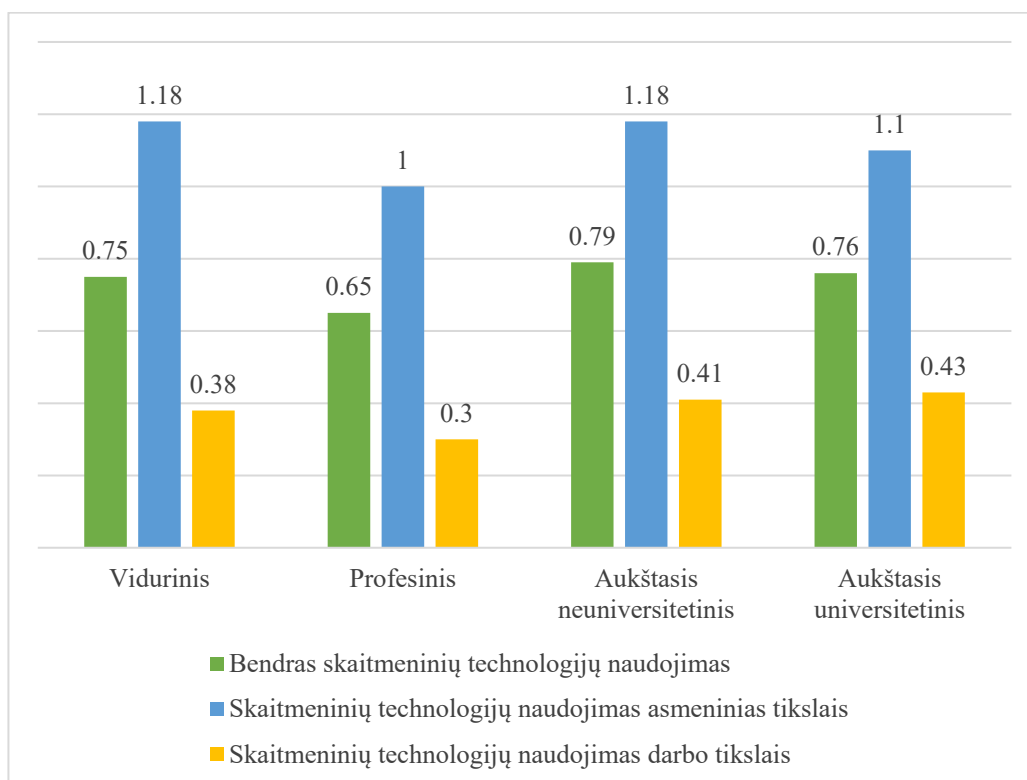
Siekiant nustatyti kaip skiriasi skirtingo amžiaus respondentų skaitmeninių technologijų naudojimo įpročiai, analizuojama kiek vidutiniškai laiko per dieną skirtingų amžiaus grupių respondentai praleidžia naudodami skaitmenines technologijas asmeniniais bei darbo tikslais. Tyrimo rezultatai pateikiami 10 paveiksle (žr. 10 pav.).



10 pav. Laikas per dieną praleistas naudojant skaitmenines technologijas

Analizuojant 10 paveiksle pateiktus duomenis matome, kad egzistuoja ryškus skirtumas tarp skirtingų amžiaus grupių respondentų skaitmeninių technologijų naudojimo – jaunesni apklausos dalyviai skaitmenines technologijas naudoja dažniau nei vyresni, taip pat pastebima, kad jaunesni respondentai dažniau skaitmenines technologijas naudoja asmeniniais tikslais, kai tuo tarpu vyresni apklausos dalyviai – darbo tikslais.

11 paveiksle pateikiama, kaip skiriasi skirtingą išsilavinimą turinčių respondentų skaitmeninių technologijų naudojimo įpročiai (žr. 11 pav.)



11 pav. Skaitmeninių technologijų naudojimas pagal respondentų išsilavinimą

Kaip matome 11 paveiksle, vertinant skaitmeninių technologijų naudojimo įpročius pagal apklausos dalyvių išsilavinimą, esminis skirtumas nėra pastebimas vertinant tiek bendrą skaitmeninių technologijų naudojimą, tiek naudojimą asmeniniais ar darbo tikslais. Nepriklausomai nuo respondentų išsilavinimo, skaitmeninių technologijų naudojimui yra skiriama tiek pat laiko, tai reiškia, kad išsilavinimas šio tyrimo rezultatams reikšmės neturi.

Siekiant nustatyti ar statistiškai reikšmingai skiriasi skirtingoms kartoms priskiriamų respondentų skaitmeninių technologijų naudojimas, buvo atlikta Man-Whitney U analizė. Analizės rezultatai pateikiami 19 lentelėje (žr. 19 lent.).

19 lentelė. Skirtingų kartų respondentų skaitmeninių technologijų naudojimo skirtumai

	iki 24 m. ir 35-44 m.		25-34 m. ir 45-54 m.		35-44 m. ir 55-64 m.	
	Z ir Y karta		Y ir X karta		X ir Kūdikių bumo karta	
	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)
Skaitmeninių technologijų naudojimas	238,000	0,001	937,000	0,018	179,000	0,927
Skaitmeninių technologijų naudojimas asmeniniais tikslais	213,000	0,000	664,000	0,000	189,000	0,312
Skaitmeninių technologijų naudojimas darbo tikslais	391,000	0,332	1960,000	0,164	140,000	0,725

Kaip matome 19 lentelėje, statistiškai reikšmingai skiriasi tik Z ir Y bei Y ir X kartų bendras skaitmeninių technologijų naudojimas bei skaitmeninių technologijų naudojimas asmeniniais tikslais. Analizuojant X ir Kūdikių bumo kartų skaitmeninių technologijų naudojimą, statistiškai reikšmingas skirtumas nebuvo rastas.

Vertinant respondentų iki 24 m. amžiaus ir 35 – 44 m. amžiaus grupės apklausos dalyvių įpročius, pastebima, kad asmenys iki 24 m. statistiškai reikšmingai dažniau naudoja skaitmenines technologijas asmeniniais tikslais ($p = 0,000$). Ši tendencija išlieka ir bendrame skaitmeninių technologijų naudojime – pastebima, kad jaunesnei amžiaus grupei priskiriami respondentai bendrai skaitmenines technologijas naudoja dažniau ($p = 0,001$).

Analizuojant 25 – 34 m. bei 45 – 54 m. amžiaus apklausos dalyvių skaitmeninių technologijų naudojimo skirtumus, taip pat pastebima, kad jaunesni respondentai skaitmenines technologijas asmeniniais tikslais naudoja dažniau nei vyresnio amžiaus apklausos dalyviai ($p = 0,000$). Vertinant bendrą šių amžiaus grupių skaitmeninių technologijų naudojimą matoma, kad 25 – 34 m. amžiaus apklausos dalyviai skaitmenines technologijas taip pat naudoja dažniau ($p = 0,018$).

Tačiau analizuojant 35-44 m. ir 55-64 m. respondentų įpročius naudojant skaitmenines technologijas asmeniniais tikslais, statistiškai reikšmingas skirtumas nerandamas ($p = 0,312$). Atliktas tyrimas atskleidė, kad vyriausi darbo rinkos dalyviai (55-64 m.) taip pat gan dažnai naudoja skaitmenines technologijas.

Vertinant bendrą laiką per dieną naudojant skaitmenines technologijas, pastebimas dėsningumas, kad jaunesni nei 55 m. amžiaus respondentai skaitmenines technologijas naudoja dažniau nei vyresnio amžiaus respondentai. Dažniausiai skaitmenines technologijas naudoja asmenys iki 24 m., o tuo tarpu 45-54 m. asmenys skaitmeninių technologijų naudojimui skiria mažiausiai laiko.

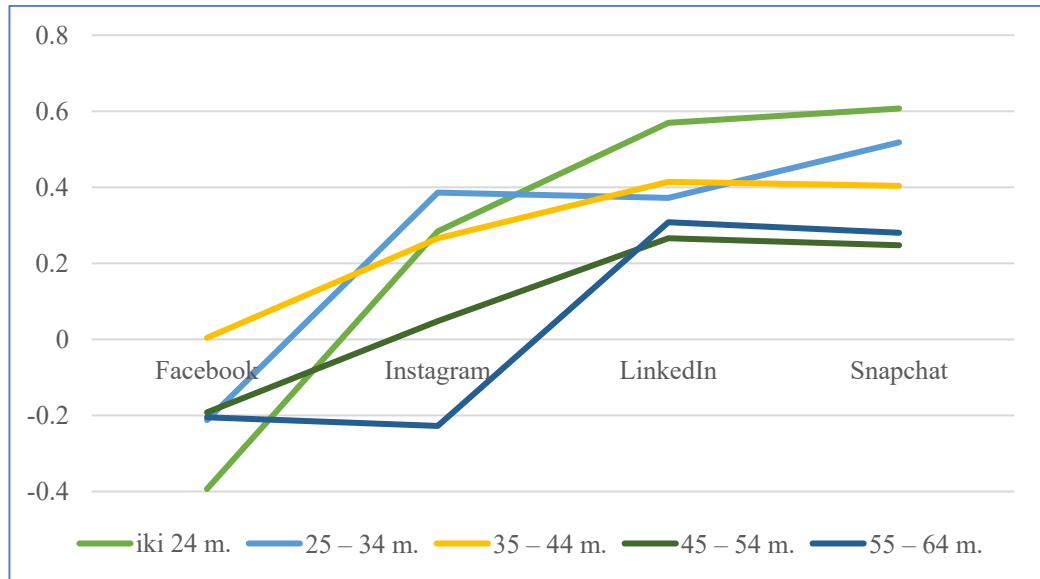
Analizuojant skaitmeninių technologijų naudojimą darbo tikslais pastebima, kad šiuo tikslu skaitmeninės technologijos naudojamos kur kas rečiau nei asmeniniais tikslais, tačiau statistiškai reikšmingas skirtumas nepastebimas.

Svarbu paminėti, kad analizuojamos skaitmeninės technologijos ne visuomet pritaikomos darbinėje aplinkoje ir jų naudojimas darbo tikslais ne visuomet suderinamas su darbo specifika. Dažnas skaitmeninių technologijų naudojimas asmeniniais tikslais tik patvirtina skirtingų amžiaus grupių asmenų skirtingus laisvo laiko praleidimo būdus ir atskleidžia kartų skirtumus.

Apibendrinant galime teigti, kad atlikus tyrimą paaiškėjo, kad jaunesni apklausos dalyviai skaitmenines technologijas asmeniniais tikslais naudoja dažniau nei vyresni. Tačiau vertinant skaitmeninių technologijų naudojimą darbo tikslais pastebima, kad vyresnio amžiaus respondentai šiuo tikslu skaitmenines technologijas naudoja dažniau nei jaunesni apklausos dalyviai. Taip pat buvo nustatyta, kad išsilavinimas skaitmeninių technologijų naudojimui įtakos nedaro, o vertinant skirtingoms kartoms priskiriamų respondentų skaitmeninių technologijų naudojimo įpročius buvo rastas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp Z ir Y bei Y ir X kartų skaitmeninių technologijų naudojimo ir nustatyta, kad jaunesnėms kartoms priskiriami respondentai skaitmenines technologijas naudoja dažniau nei vyresnėms kartoms priskiriami asmenys.

Skaitmeninių technologijų naudojimo tikslai.

Kad suprastume skirtingas skaitmeninių technologijų naudojimo priežastis, svarbu apžvelgti kokiais socialiniais tinklais dažniausiai naudojasi vienai ar kitai amžiaus grupei priskiriami apklausos dalyviai. Kaip buvo minėta anksčiau, kiekvienas naudotojas skirtingas platformas renkasi atsižvelgdamas į savo asmeninius poreikius bei motyvus. 12 paveiksle pateikiamas skirtingų amžiaus grupių respondentų laiko praleidimas naudojant skirtingus socialinius tinklus asmeniniais tikslais (žr. 12 pav.).



12 pav. Skirtingų socialinių tinklų naudojimas asmeniniais tikslais pagal amžiaus grupes

Aukščiau esančioje diagramoje pateikti duomenys atskleidžia tai, kad vyresnio amžiaus apklausos dalyviai dažniau naudoja komunikavimui skirtus socialinius tinklus („Facebook“), kai tuo tarpu jaunesni respondentai dažniau naudoja skaitmenines technologijas kurios skirtos kitų vartotojų stebėjimui ir nėra orientuotos į tarpasmeninių santykių užmezgimą ar palaikymą („Instagram“).

Kaip matome iš pateiktų duomenų, socialinį tinklą „Facebook“ dažniausiai naudoja 33-44 m. amžiaus grupei priskiriami asmenys, o mažiausiai – respondentai iki 24 m. Kitų amžiaus grupių apklausos dalyviai, šiai platformai skiria panašiai laiko. Šis socialinis tinklas dažniausiai naudojamas užmegzti tarpasmeninį kontaktą bei palaikyti ryšį su kitais asmenimis, taigi vertinant per emocinės kompetencijos prizmę, socialinio tinklo „Facebook“ naudojimas gali padėti ugdyti tarpasmeninę emocinę kompetenciją.

Analizuojant socialinio tinklo „Instagram“ naudojimą pastebima tendencija, kad jaunesni respondentai šią platformą naudoja dažniau nei vyresnio amžiaus apklausos dalyviai. Dažniausiai šį socialinį tinklą naudoja 25-34 m. amžiaus respondentai, o mažiausiai vyriausi apklausos dalyviai. Kaip buvo minėta anksčiau, šis socialinis tinklas susijęs su kitų vartotojų stebėjimu bei informacijos rinkimu ir nėra orientuotas į tarpasmeninių santykių palaikymą, tačiau gali ugdyti asmeninę emocinę kompetenciją.

Kalbant apie „LinkedIn“ platformą, pastebima, kad bendros tendencijos nėra ir įvairių amžiaus grupių tiriamieji šią platformą naudoja skirtingai. Daugiausiai laiko šiam socialiniam tinklui skiria jauniausi tiriamieji, o mažiausiai – 45-54 m. amžiaus apklausos dalyviai.

Vertinant socialinio tinklo „Snapchat“ naudojimą pastebima, kad šią platformą taip pat dažniausiai naudoja jaunesni apklausos dalyviai ir kuo jaunesnis respondentas, tuo dažniau jis naudoja šį socialinį tinklą, tačiau taip pat pastebima, kad vyriausi apklausoje dalyvavę respondentai šia platforma naudojami dažniau nei 45-54 m. asmenys.

Analizuojant skirtingoms kartoms priskiriamų respondentų įpročius naudojant populiariausius socialinius tinklus ir siekiant nustatyti ar egzistuoja statistiškai reikšmingas skirtumas, buvo atlikta Mann-Whitney U analizė. Atliktos analizės rezultatai pateikiami 20 lentelėje (žr. 20 lent.).

20 lentelė. Skirtingų kartų respondentų populiariausių socialinių tinklų naudojimo skirtumai

	iki 24 m. ir 35-44 m.		25-34 m. ir 45-54 m.		35-44 m. ir 55-64 m.	
	Z ir Y karta		Y ir X karta		X ir Kūdikių bumo karta	
	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)
"Facebook"	295,000	0,014	939,000	0,013	147,000	0,213
"Instagram"	158,500	0,000	635,000	0,000	99,000	0,155
"LinkedIn"	354,500	0,062	1217,000	0,944	129,500	0,629
"Snapchat"	269,500	0,001	1180,500	0,616	126,000	0,495

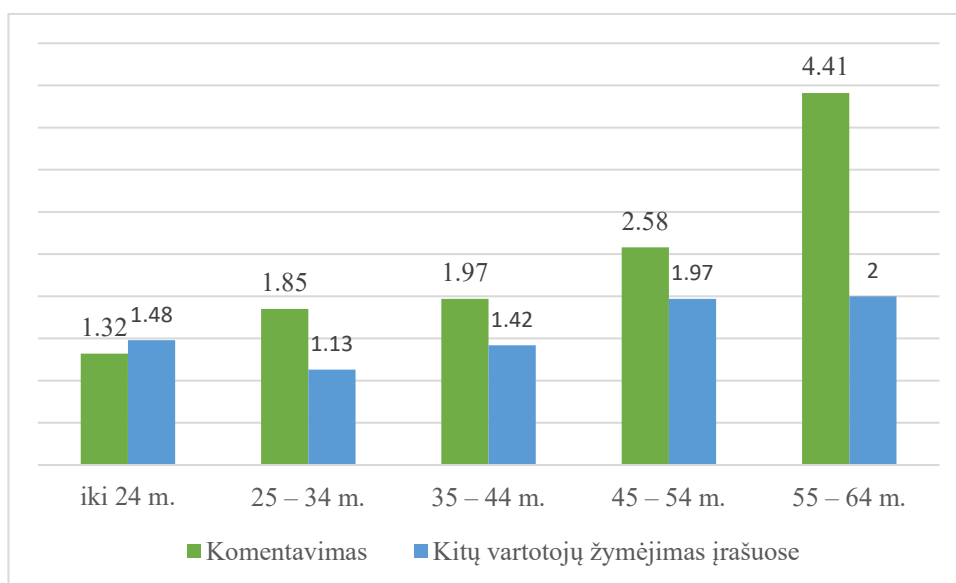
Kaip matome 20 lentelėje, statistiškai reikšmingai skiriasi tik Z ir Y bei Y ir X kartoms priskiriamų apklausos dalyvių „Facebook“ ir „Instagram“ socialinių tinklų naudojimas. Taip pat pastebimas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp Z ir Y kartų naudojimosi „Snapchat“ platforma.

Šie duomenys atskleidžia tiriamų amžiaus grupių respondentų skirtingus įpročius naudojant skaitmenines technologijas. „Facebook“ platforma, kuri naudojama tarpasmeninio ryšio palaikymui, naudojama sąlyginai panašiai įvairių amžiaus grupių respondentų, tačiau jauniausi apklausos dalyviai šį socialinį tinklą naudoja mažiausiai. Tuo tarpu socialinis tinklas „Instagram“ naudojamas skirtingai – jaunesni apklausos dalyviai šią platformą naudoja dažniau nei vyresnio amžiaus tiriamieji. Kalbant apie „LinkedIn“ socialinio tinklo naudojimą, pastebima, kad šis socialinis tinklas dažniausiai naudojamas apklausos dalyvių iki 24 m. amžiaus, o kiti respondentai šiam socialiniam tinklui skiria panašiai laiko. Pastebima, kad platforma „Snapchat“ taip pat dažniau naudojama jaunesnio amžiaus respondentų.

Apibendrinant galime teigti, kad kuo jaunesnis apklausos dalyvis, tuo dažniau naudoja skaitmenines technologijas asmeniniais tikslais. Vyresnio amžiaus respondentai skaitmenines technologijas dažniau nei jaunesnio amžiaus respondentai naudoja tik darbo tikslais. Tai reiškia, kad jaunesnio amžiaus tiriamieji skaitmeninėms technologijoms skiria didesnę dalį savo laisvalaikio. Dažniausiai naudojamas socialinis tinklas yra „Facebook“, tačiau asmenys iki 24 m. amžiaus dažniau nei „Facebook“ naudoja platformą „Instagram“. Pastebima ir bendra tendencija, kad „Instagram“ socialinį tinklą dažniau naudoja jaunesni apklausos dalyviai, kai tuo tarpu „Facebook“ gan dažnai naudojamas visų tiriamų amžiaus grupių atstovų.

Veikla naudojant skaitmenines technologijas.

Siekiant suprasti kokią veiklą respondentai praktikuoja naudodami skaitmenines technologijas, buvo teirujamasi, kaip dažnai apklausos dalyviai komentuoja kitų vartotojų įkeltą medžiagą, bei pažymi savo draugus nuotraukose ar kituose įrašuose siekiant atkreipti jų dėmesį. Ši veikla Pociūtės ir Krancaitės (2012) teigimu priskiriama aktyvaus komunikavimo veiklai ir stiprina socialinius ryšius. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad vyresnio amžiaus apklausos dalyviai kur kas dažniau praktikuoja aktyvų komunikavimą – 13 paveiksle pateikiami skirtingų amžiaus grupių atsakymų vidurkiai (žr. 13 pav.).

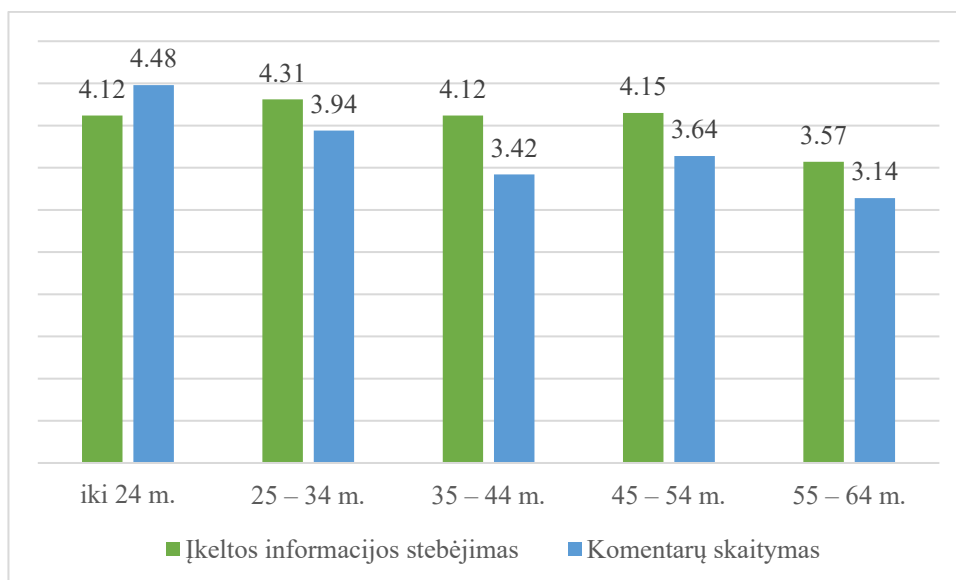


13 pav. Aktyvaus komunikavimo veikla pagal amžiaus grupes

Kaip matome pateiktoje diagramoje, vyresnio amžiaus respondentai kur kas dažniau praktikuoja aktyvų komunikavimą. Beveik visos amžiaus grupės dažniau komentuoja kitų vartotojų įkeltą medžiagą nei žymi juos įrašuose, taip siekdami atkreipti jų dėmesį. Vieninteliai asmenys iki 24 m. amžiaus, dažniau praktikuoja draugų žymėjimą, nei įrašų komentavimą. Vertinant jauniausių ir vyriausių apklausos dalyvių įpročius, pastebima, kad 55-64 m. amžiaus grupės atstovai, kitų vartotojų įkeltą medžiagą komentuoja daugiau nei tris kartus dažniau nei respondentai iki 24 m. amžiaus, bei daugiau nei dvigubai dažniau nei kitų amžiaus grupių tiriamieji.

Analizuojant kitų vartotojų žymėjimą įrašuose, toks didelis skirtumas nepastebimas, tačiau tendencija išlieka ta pati – vyresnio amžiaus respondentai šią veiklą praktikuoja dažniau nei jaunesnio amžiaus apklausos dalyviai.

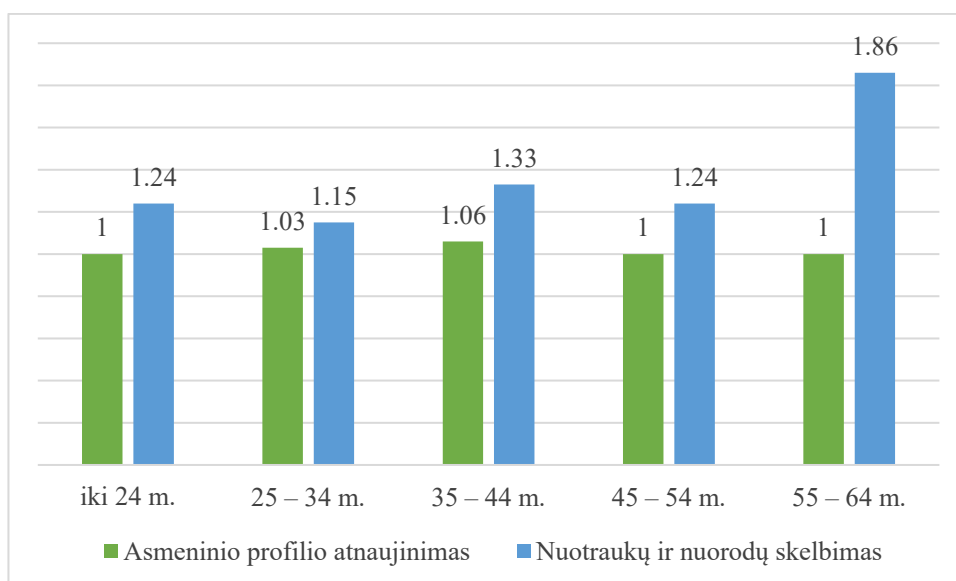
Pasyvus skaitmeninių technologijų naudojimas apibrėžiamas kaip kitų vartotojų įkeltos informacijos stebėjimas bei komentarų skaitymas nesuteikiant atgalinio ryšio. Priešingai nei aktyvus komunikavimas, šis veiklos būdas dažniau praktikuojamas jaunesnio amžiaus respondentų. Respondentų atsakymų vidurkiai pateikiami 14 paveiksle (žr. 14 pav.).



14 pav. Pasyvaus naudojimo veikla pagal amžiaus grupes

Asmenys vyresni nei 25 m. dažniau stebi įkeltą informaciją, nei skaito komentarus, tačiau jauniausi apklausos dalyviai daugiau laiko skiria komentarų skaitymui nei kitų vartotojų pasidalintos informacijos stebėjimui. Vertinant pasyvaus komunikavimo veiklas labai didelis skirtumas tarp skirtingų amžiaus grupių nėra pastebimas, tačiau komentarų skaitymas labiau būdingas tiriamiesiems iki 24 m. bei nuo 25 m. iki 35 m. amžiaus respondentams. Vyriausi apklausos dalyviai tiek skaito komentarus, tiek stebi kitų įkeltą informaciją nesuteikiant atgalinio ryšio mažiausiai iš visų tyrime dalyvavusių asmenų.

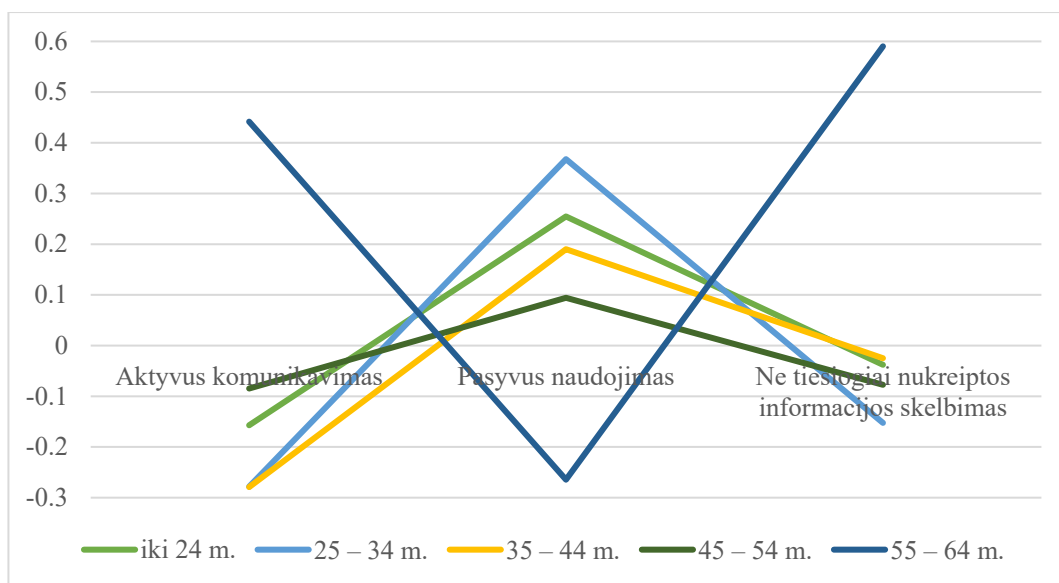
Ne tiesiogiai įkeltos informacijos skelbimas apima nuotraukų bei nuorodų skelbimą, socialinio tinklo profilio būsenos atnaujinimą bei nuotraukų archyvavimas viešai neprieinamuose albumuose (Burke ir kt., 2011). Nors ši veikla nėra tiesiogiai susijusi su tarpasmeninių santykių palaikymu, tačiau kai kurių autorių teigimu, gali tam turėti teigiamos įtakos. Įvairių amžiaus grupių tiriamieji šią veiklą praktikuoja panašiai, skirtumas pastebimas tik tarp vyresnio amžiaus respondentų (žr. 15 pav.)



15 pav. Ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimo veikla pagal amžiaus grupes

Kaip matome aukščiau pateiktoje diagramoje, 55-64 m. amžiaus grupės atstovai nuotraukas bei įvairias nuorodas skelbia dažniau nei kiti apklausos dalyviai. Ši veikla gali suteikti turinį pokalbiui ir atskleisti vartotojų panašumus bei padėti palaikyti tarpasmeninį kontaktą. Vertinant kitų amžiaus grupių duomenis esminis skirtumas nepastebimas, tai reiškia, kad nepriklausomai nuo amžiaus, daugelis socialinių tinklų naudotojų šiai veiklai skiria panašiai laiko.

Atliktas tyrimas atskleidė, kad skirtingų amžiaus grupių atstovai socialiniuose tinkluose praktikuoja skirtingą veiklą. Apibendrinti duomenys pateikiami 16 paveiksle (žr. 16 pav.).



16 pav. Respondentų socialiniuose tinkluose praktikuojama veikla pagal amžiaus grupes

Vertinant diagramoje pateiktus duomenis, galime teigti, kad vyresnio amžiaus respondentai dažniau praktikuoja aktyvaus komunikavimo veiklą, kai tuo tarpu jaunesniems apklausos dalyviams būdingesnis yra pasyvus skaitmeninių technologijų naudojimas. Analizuojant duomenis pastebima, kad 55-64 m. amžiaus apklausos dalyvių praktikuojama veikla ypatingai išsiskiria iš bendros tendencijos ir šiai amžiaus grupei priskiriami respondentai yra vieninteliai iš tiriamųjų, kurie mažiausiai praktikuoja pasyvų skaitmeninių technologijų naudojimą ir kur kas dažniau taiko aktyvų komunikavimą bei ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimą. Vertinant kitų amžiaus grupių apklausos dalyvių įpročius, nėra pastebimas didelis skirtumas analizuojant ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimo veiklą – skirtingų amžiaus grupių respondentai šiai veiklai skiria panašiai laiko.

Siekiant nustatyti statistinį reikšmingumą vertinant skirtingoms kartoms priskiriamų respondentų praktikuojamą veiklą, taip pat buvo atlikta Mann-Whitney U analizė. Analizės rezultatai pateikiami 21 lentelėje (žr. 21 lent.).

21 lentelė. Skirtingų kartų veiklos būdų socialiniuose tinkluose skirtumai

	iki 24 m. ir 35-44 m.		25-34 m. ir 45-54 m.		35-44 m. ir 55-64 m.	
	Z ir Y karta		Y ir X karta		X ir Kūdikių bumo karta	
	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)
Aktyvus komunikavimas	374,000	0,295	753,500	0,001	73,000	0,004
Pasyvus naudojimas	377,500	0,235	1107,000	0,348	157,000	0,348
Ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimas	411,000	0,476	1205,000	0,701	133,000	0,101

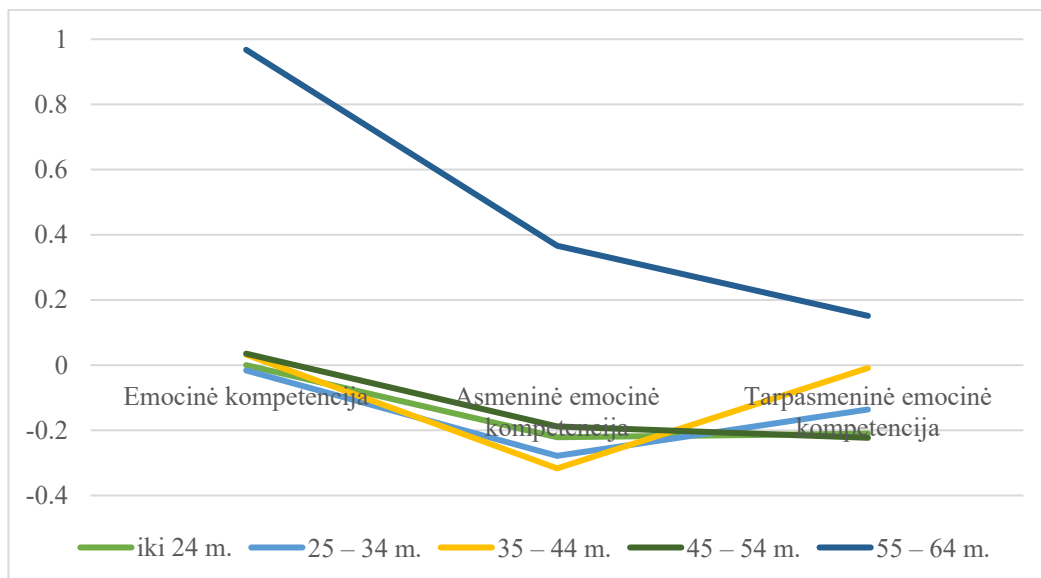
Kaip matome 21 lentelėje, statistiškai reikšmingai skiriasi Y ir X bei Y ir Kūdikių bumo aktyvaus komunikavimo veikla. Vertinant kitus veiklos socialiniuose tinkluose būdus, statistiškai reikšmingas skirtumas nėra randamas. Tačiau svarbu paminėti, kad vertinant skirtingus veiklos būdus turime atsižvelgti ne į konkretaus naudojimo būdo skirtumus, bet žvelgti plačiąja prasme ir įvertinti skirtingų skaitmeninių technologijų naudojimo būdų skirtumus.

Apibendrinant skirtingų amžiaus grupių respondentų praktikuojamą veiklą naudojant skaitmenines technologijas pastebima, kad labiausiai skiriasi aktyvaus komunikavimo veiklos būdas. Vertinant aktyvaus komunikavimo veiklą pastebima, kad šį veiklos būdą dažniau praktikuoja vyresnio amžiaus apklausos dalyviai – rastas statistiškai reikšmingas skirtumas, kuris atskleidžia, kad X ir Kūdikių bumo karta šią veiklą praktikuoja dažniau nei jaunesnio amžiaus respondentai.

4.3. Skirtingų kartų emocinės kompetencijos raiška

Šioje dalyje analizuojama skirtingų amžiaus grupių respondentų emocinės kompetencijos raiška. Analizuojant emocinės kompetencijos raišką apžvelgiama asmeninės ir tarpasmeninės emocinės kompetencijos raiška bei bendra respondentų emocinė kompetencija.

Atliekant tyrimą buvo siekiama išsiaiškinti kaip skiriasi skirtingų amžiaus grupių apklausos dalyvių emocinė kompetencija bei jos sudedamosios dalys – asmeninė ir tarpasmeninė emocinė kompetencija. Tyrimo rezultatai pateikiami 17 paveiksle (žr. 17 pav.).



17 pav. Respondentų emocinės kompetencijos raiškos skirtumai pagal amžiaus grupes

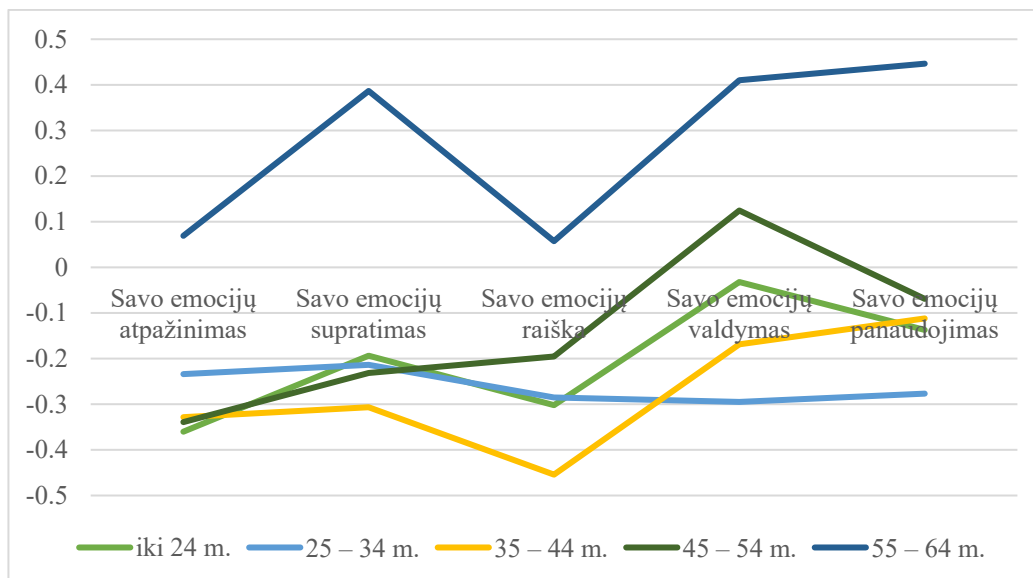
Gauti rezultatai atskleidė tai, kad vertinant apklausos dalyvių iki 54 m. amžiaus emocinę kompetenciją esminis skirtumas nėra pastebimas, tačiau 55-64 m. amžiaus grupei priskiriami apklausos dalyviai pasižymi išskirtinai aukštesne emocine kompetencija, vertinant bendrą ir asmeninę respondentų emocinę kompetenciją.

Kaip matome 17 paveiksle, analizuojant bendrą emocinės kompetencijos raišką, geriausiai ji išvystyta vyriausių apklausos dalyvių - 55-64 m. amžiaus respondentų. Analizuojant kitų amžiaus grupių emocinės kompetencijos skirtumus pastebima, kad emocinė kompetencija skirtingose amžiaus grupėse išvystyta labai panašiai. Tačiau, šiam rezultatui įtaką gali daryti skirtinga asmeninės ir tarpasmeninės emocinės kompetencijos raiška, nes emocinė kompetencija susideda iš šių dviejų sudedamųjų dalių.

Vertinant respondentų asmeninę emocinę kompetenciją, ji taip pat geriausiai išvystyta vyriausių apklausos dalyvių. Tačiau galima išvelgti nedidelį skirtumą tarp kitų amžiaus grupių respondentų – pastebima, kad silpniausiai asmeninė emocinė kompetencija išvystyta 35-44 m. amžiaus apklausos dalyvių, 25-35 m. amžiaus respondentai taip pat pasižymi žemesne asmenine emocine kompetencija, lyginant su tyrimo dalyviais iki 24 m. amžiaus.

Analizuojant respondentų tarpasmeninę emocinę kompetenciją, geriausiai ji išvystyta taip pat 55-64 m. amžiaus grupei priskiriamų apklausos dalyvių. Tačiau pastebima, kad 35-44 m. asmenys, kurie pasižymi silpniausiai išvystyta asmenine emocine kompetencija, lyginant su kitomis amžiaus grupėmis pasižymi aukštesne tarpasmenine emocine kompetencija. Tuo tarpu jauniausių ir 45-54 m. amžiaus grupei priskiriamų apklausos dalyvių tarpasmeninė emocinė kompetencija išvystyta silpniausiai.

Vertinant skirtingų amžiaus grupių respondentų asmeninės emocinės kompetencijos raišką, pastebima, kad geriausiai asmeninė emocinė kompetencija išvystyta 55-64 m. amžiaus grupės apklausos dalyvių (žr. 18 pav.).



18 pav. Asmeninės emocinės kompetencijos raiškos skirtumai pagal amžiaus grupes

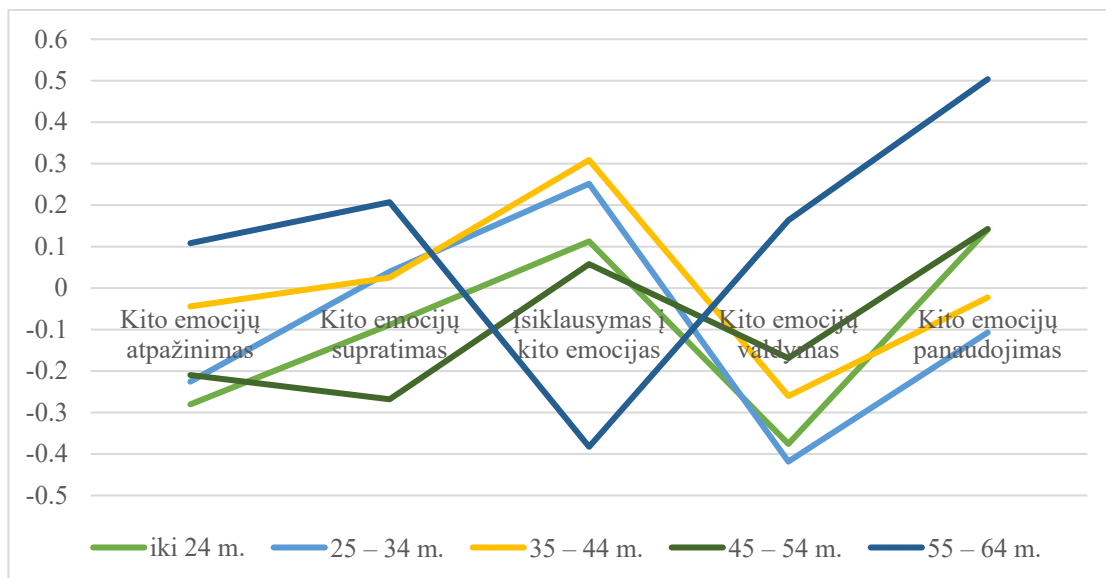
Kaip matome 18 paveiksle, skirtingoms amžiaus grupėms priskiriami respondentai pasižymi skirtinga asmeninės emocinės kompetencijos raiška.

Buvo nustatyta, kad vyriausi 55-64 m. amžiaus apklausos dalyviai pasižymi geriausiai išvystyta asmeninės emocinės kompetencijos raiška. Vertinant kitų amžiaus grupių asmeninės emocinės kompetencijos raišką, matome, kad beveik tarp visų amžiaus grupių respondentų geriausiai išvystytas savo emocijų valdymas – tik 25-34 m. amžiaus asmenys nurodė, kad vertinant pagal šiuos kriterijus, visa jų asmeninės emocinės kompetencijos raiška išvystyta panašiai.

Analizuojant silpniausiai išvystytą asmeninės emocinės kompetencijos raišką, matome, kad tai yra savo emocijų atpažinimas bei savo emocijų raiška. Savo emocijų atpažinimas silpniausiai išvystytas respondentų iki 24 m. amžiaus bei 45-54 m. amžiaus apklausos dalyvių, o tuo tarpu savo emocijų raiška – 35-44 m. ir 55-64 m. amžiaus tyrimo dalyvių.

Šie rezultatai atskleidė, jog nebuvo nustatyta, kad vyresnio amžiaus apklausos dalyviai pasižymi geriau išvystyta asmeninės emocinės kompetencijos raiška ir nepriklausomai nuo respondentų amžiaus ji gali būti išvystyta geriau ar blogiau.

Analizuojant tarpasmeninės emocinės kompetencijos raišką, taip pat pastebima, kad nėra bendros tendencijos ir visi raiškos būdai stipriau ar silpniau gali būti išreikštos nepriklausomai nuo respondentų amžiaus (žr. 19 pav.).



19 pav. Tarpasmeninės emocinės kompetencijos raiška pagal amžiaus grupes

Kaip matome 19 paveiksle, beveik visų amžiaus grupių respondentai pasižymi geriausiai išvystyta įsiklausymo į kito asmens emocijas raiška, tačiau 55-64 m. amžiaus apklausos dalyviai nurodė, kad priešingai – tarp šios amžiaus grupės respondentų ji išvystyta silpniausiai. Vertinant šio amžiaus apklausos dalyvių tarpasmeninės emocinės kompetencijos raišką pastebima priešinga tendencija lyginant su kitomis amžiaus grupėmis – geriausiai išvystyti tie raiškos būdai, kurie silpniausiai išvystyti kitose amžiaus grupėse.

Analizuojant respondentų iki 54 m. amžiaus silpniausiai išvystytą tarpasmeninės emocinės kompetencijos raišką, pastebima, kad tai yra kito emocijų valdymas bei kito emocijų atpažinimas. Kito emocijų atpažinimas silpniausiai išvystytas respondentų iki 24 m. amžiaus, o kito emocijų atpažinimas – 25-34 m. amžiaus apklausos dalyvių. Vertinant šį tarpasmeninės emocinės kompetencijos raiškos būdą, pastebima, kad jaunesni apklausos dalyviai pasižymi silpniau išreikštu gebėjimu valdyti kito emocijas. Tačiau vertinant įsiklausymą į kito emocijas, pastebima priešinga tendencija - jaunesni apklausos dalyviai pasižymi geriau išreikštu šios tarpasmeninės emocinės kompetencijos raiškos būdu.

Apibendrinat galima teigti, kad tarpasmeninė emocinė kompetencija, kaip ir asmeninė emocinė kompetencija, nepriklauso nuo apklausos dalyvių amžiaus ir gali būti išreikšta silpniau ar stipriau nepriklausomai nuo to kuriai kartai respondentai yra priskiriami.

Siekiant nustatyti ar egzistuoja statistiškai reikšmingas skirtumas tarp skirtingų amžiaus grupių emocinės kompetencijos ir jos sudedamųjų dalių, buvo atlikta Mann-Whitney U analizė. Atliekant analizę, laikomasi nuomonės, kad egzistuoja tarpinės amžiaus grupės, kurių negalime priskirti vienai ar kitai kartai, nes kartų skirtumams formuojantis kas keletą dešimtmečių, negalime nustatyti kuriuo tiksliai metu prasideda naujos kartos era ir tam tikro amžiaus asmenis galime priskirti ir vienai, ir kitai kartai. 22 lentelėje pateikiami atliktos analizės duomenys, kurie atskleidžia, kad nebuvo rastas statistiškai reikšmingas skirtumas tarp skirtingų kartų emocinės kompetencijos (žr. 22 lent.).

22 lentelė. Skirtingų kartų emocinės kompetencijos skirtumai

	iki 24 m. ir 35-44 m.		25-34 m. ir 45-54 m.		35-44 m. ir 55-64 m.	
	Z ir Y karta		Y ir X karta		X ir Kūdikių bumo karta	
	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)
Emocinė kompetencija	378,500	0,264	1272,500	0,898	128,000	0,096
Asmeninė emocinė kompetencija	407,000	0,484	11178,000	0,452	118,500	0,056
Tarpasmeninė emocinė kompetencija	394,500	0,377	1125,000	0,271	163,500	0,454

Kaip matome aukščiau pateiktoje lentelėje, vertinant skirtingoms kartoms priskiriamų respondentų emocinę kompetenciją, nėra statistiškai reikšmingo skirtumo analizuojant tiek bendrą emocinę kompetenciją, tiek skirtingas jos dalis – asmeninę ir tarpasmeninę emocinę kompetenciją. Šie rezultatai atskleidė, kad daryta prielaida nepasitvirtino ir nebuvo nustatyta, kad jaunesnių apklausos dalyvių emocinė kompetencija išvystyta silpniau nei vyresnių kartų atstovų ir priklausymas vienai ar kitai kartai savaime nenulemia žemesnės ar aukštesnės emocinės kompetencijos.

Siekiant nustatyti ar egzistuoja skirtumas tarp jauniausios darbo rinkos kartos, kuri gimė jau susiformavusioje technologinėje aplinkoje ir augo apsupti skaitmeninių technologijų bei kitų, vyresnių kartų taip pat buvo atlikta Mann-Whitney U analizė. Analizuojant skirtumus respondentų iki 24 m. metų amžiaus ir 35-44 m., 45-54 m. bei 55-64 m. amžiaus apklausos dalyvių emocinę kompetenciją, matome, kad statistiškai reikšmingas skirtumas aptinkamas tik tarp respondentų iki 24 m. amžiaus ir 55-64 m. amžiaus grupės apklausos dalyvių ($p < 0,05$) (žr. 23 lent.).

23 lentelė. Z kartos emocinės kompetencijos vertinimas lyginant su vyresnėmis kartomis

	iki 24 m. ir 35-44 m.		iki 24 m. ir 45-54 m.		iki 24 m. ir 55-64 m.	
	Z ir Y karta		Z ir X karta		Z ir Kūdikių bumo karta	
	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)	Mann-Whitney U	Asymp. Sig. (2-tailed)
Emocinė kompetencija	378,500	0,264	440,500	0,464	80,500	0,038
Asmeninė emocinė kompetencija	407,000	0,484	387,000	0,143	82,000	0,042
Tarpasmeninė emocinė kompetencija	394,500	0,377	493,000	0,999	103,000	0,183

Kaip matome pateiktoje lentelėje, analizuojant šių amžiaus grupių skirtumus statistiškai reikšmingai skiriasi tik respondentų iki 24 m. ir 55-64 m. amžiaus grupės bendra emocinė kompetencija

($p=0,038$) ir asmeninė emocinė kompetencija ($p=0,042$). Šių amžiaus grupių respondentai yra jauniausi ir vyriausi darbo rinkos dalyviai, atitinkamai priskiriami Z bei Kūdikių bumo kartoms.

Gauti rezultatai atskleidė, kad statistiškai reikšmingas skirtumas aptinkamas tik tarp jauniausios darbo rinkos Z kartos ir vyriausios Kūdikių bumo kartos emocinės kompetencijos, tačiau vertinant Y ir X kartų skirtumus buvo nustatyta, kad tarp tiriamųjų nėra esminio emocinės kompetencijos skirtumo. Šie rezultatai atskleidė, jog iškelta prielaida, teigianti, kad skirtingų kartų emocinė kompetencija skiriasi ir vyresnės kartos pasižymi aukštesne emocine kompetencija nepasitvirtino (su maža išimtimi). Šie rezultatai koreliuoja su nevieninga mokslininkų nuomone, bei bendro sutarimo nebuvimu vertinat kartų skirtumus. Tikėtina, kad asmens emocinė kompetencija priklauso nuo kitų juos veikiančių faktorių, tačiau respondentų amžius tam įtakos neturi.

4.4. Sąsajos tarp skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir emocinės kompetencijos

Šioje dalyje analizuojamos sąsajos tarp skirtingų kartų naudojamų skaitmeninių technologijų ir jų emocinės kompetencijos. Analizuojama kokios sąsajos aptinkamos tarp skirtingų socialinių tinklų naudojimo, vartotojams būdingos skirtingos veiklos socialiniuose tinkluose, laiko skiriamo skaitmeninių technologijų naudojimui ir respondentų emocinės kompetencijos.

Atliekant tyrimą buvo analizuojama, ar laikas praleistas naudojant skaitmenines technologijas daro įtaką emocinei kompetencijai bei jos sudedamosioms dalims. Išanalizavus duomenis, buvo nustatyta, kad skaitmeninių technologijų naudojimas daro teigiamą įtaką tarpasmeninei emocinei kompetencijai (žr. 24 lent.).

24 lentelė. Emocinės kompetencijos ir skaitmeninių technologijų naudojimo koreliacinė analizė

		Tarpasmeninė emocinė kompetencija	Asmeninė emocinė kompetencija	Bendra emocinė kompetencija
Bendras skaitmeninių technologijų naudojimas	Pearson'o koreliacijos koeficientas	0,233**	0,006	0,129
	p	0,002	0,936	0,086
Skaitmeninių technologijų naudojimas asmeniniais tikslais	Pearson'o koreliacijos koeficientas	0,153*	-0,117	0,014
	p	0,042	0,121	0,851
Skaitmeninių technologijų naudojimas darbo tikslais	Pearson'o koreliacijos koeficientas	0,186*	0,079	0,147
	p	0,013	0,297	0,051

Kaip matome 24 lentelėje, egzistuoja silpnas teigiamas ryšys, tarp bendro skaitmeninių technologijų naudojimo ir tarpasmeninės emocinės kompetencijos. Šie rezultatai atskleidžia, kad skaitmeninių technologijų naudojimas daro teigiamą įtaką tarpasmeninei emocinei kompetencijai ir kuo daugiau

naudojamos skaitmeninės technologijos, tuo labiau išvystyta respondentų tarpasmeninė emocinė kompetencija.

Analizuojant skirtingų socialinių tinklų naudojimo ir respondentų emocinės kompetencijos sąsajas, buvo nustatyta, kad egzistuoja koreliaciniai ryšiai tarp socialinių tinklų „Facebook“, „Instagram“ bei „LinkedIn“ naudojimo ir respondentų emocinės kompetencijos (žr. 25 lent.). Koreliaciniai ryšiai tarp socialinio tinklo „Snapchat“ naudojimo ir emocinės kompetencijos nebuvo aptikti.

25 lentelė. Emocinės kompetencijos ir skirtingų socialinių tinklų naudojimo koreliacinė analizė

		Bendra emocinė kompetencija	Asmeninė emocinė kompetencija	Tarpasmeninė emocinė kompetencija
"Facebook"	Pearson'o koreliacijos koeficientas	0,123	0,056	0,167*
	p	0,101	0,454	0,026
"Instagram"	Pearson'o koreliacijos koeficientas	-0,151*	-0,252**	-0,002
	p	0,048	0,001	0,98
"LinkedIn"	Pearson'o koreliacijos koeficientas	0,163*	0,118	0,175*
	p	0,032	0,122	0,021

Rezultatai atskleidė, kad egzistuoja silpnas teigiamas ryšys tarp socialinio tinklo „Facebook“ naudojimo ir respondentų tarpasmeninės emocinės kompetencijos. Kaip buvo aptarta anksčiau, socialinis tinklas „Facebook“ dažniausiai ir yra naudojamas tarpasmeninių santykių palaikymui, taigi šie rezultatai tai tik patvirtina. Vartotojai naudodami socialinį tinklą „Facebook“ daug laiko skiria bendravimui bei ryšio palaikymui su kitais, taip ugdydami savo bendravimo įgūdžius bei lavindami tarpasmeninę emocinę kompetenciją.

Vertinant socialinio tinklo „Instagram“ naudojimą ir emocinę kompetenciją, buvo nustatyta, kad egzistuoja silpna neigiama koreliacija tarp šio socialinio tinklo naudojimo ir respondentų bendros emocinės kompetencijos, tačiau buvo aptikta stipresnė neigiama koreliacija tarp platformos „Instagram“ naudojimo ir asmeninės emocinės kompetencijos. Socialinis tinklas „Instagram“ yra orientuotas į kitų vartotojų stebėjimą bei informacijos rinkimą, taigi respondentai, kurie daug laiko praleidžia stebėdami kitus vartotojus skiria mažiau laiko įsigilinimui į save bei savo emocijas dėl ko jų asmeninė emocinė kompetencija išvystyta silpniau.

Analizuojant socialinio tinklo „LinkedIn“ naudojimą ir apklausos dalyvių emocinę kompetenciją, buvo nustatytas silpnas teigiamas ryšys tarp šios platformos naudojimo ir respondentų bendros bei tarpasmeninės emocinės kompetencijos. Kaip buvo aptarta anksčiau šis socialinis tinklas skirtas profesinei pažangai bei savęs pristatymui, ryšių užmezgimui bei bendravimui taigi kaip ir „Facebook“ platforma lavina bendravimo įgūdžius ir tuo pačiu tarpasmeninę emocinę kompetenciją.

Atlikus tyrimą buvo nustatyta, kad skaitmeninių technologijų naudojimas daro įtaką kai kurioms respondentų asmeninės emocinės kompetencijos raiškomis. Buvo nustatyta, kad skaitmeninių technologijų naudojimas veikia apklausos dalyvių savo emocijų atpažinimą, supratimą bei valdymą. Tyrimo rezultatai pateikiami 26 lentelėje (žr. 26 lent.).

26 lentelė. Asmeninės emocinės kompetencijos raiškos būdų ir skirtingų socialinių tinklų naudojimo koreliacinė analizė

		Savo emocijų atpažinimas	Savo emocijų supratimas	Savo emocijų valdymas
"Instagram"	Pearson'o koreliacijos koeficientas	-0,224**	-0,337**	-0,205**
	p	0,003	0,000	0,007
"LinkedIn"	Pearson'o koreliacijos koeficientas	0,047	0,004	0,183*
	p	0,539	0,957	0,016
"Snapchat"	Pearson'o koreliacijos koeficientas	-0,042	-0,171*	0,038
	p	0,579	0,024	0,619

Kaip matome 26 lentelėje, didžiausią įtaką anksčiau minėtai asmeninės emocinės kompetencijos raiškai daro socialinio tinklo „Instagram“ naudojimas. Buvo nustatyta, kad kuo daugiau laiko apklausos dalyviai praleidžia naudodami šią platformą, tuo mažiau išvystytas savo emocijų atpažinimas, supratimas bei valdymas. Taip pat buvo rasta silpna neigiama koreliacija tarp socialinio tinklo „Snapchat“ naudojimo ir savo emocijų supratimo. Tačiau vertinant socialinio tinklo „LinkedIn“ naudojimą, rasta silpna teigiama koreliacija tarp šios platformos naudojimo ir savo emocijų valdymo.

Kaip buvo aptarta anksčiau, kad gebėtum valdyti savo emocijas pirmiausia jas reikia atpažinti bei suprasti. Asmuo kuris geba suprasti ir valdyti savo emocijas gali jas panaudoti tikslo siekimui, priimant sprendimus (Goleman, 2006) bei geriau supranta savo vertybes ir tikslus. Šie rezultatai atskleidė, kad socialinio tinklo „Instagram“ naudojimas neigiamai veikia šiuos asmens gebėjimus. Vertinant skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo raiškos dalyje pateiktus rezultatus pastebima, kad socialinį tinklą „Instagram“ dažniau naudoja jaunesnio amžiaus apklausos dalyviai, o tuo tarpu vyresni respondentai šiai platformai skiria kur kas mažiau laiko. Šie rezultatai atskleidžia tai, kad naujų kartų atstovai gali susidurti su problemomis siekiant tikslų, priimant sprendimus bei ne taip gerai supranta savo vertybes ir tikslus.

Kaip matome, gauti rezultatai atskleidė, kad skaitmeninių technologijų naudojimas gali turėti ir teigiamos, ir neigiamos įtakos emocinei kompetencijai. Respondentai, kurie naudoja skaitmenines technologijas kaip bendravimo priemonę lavina savo tarpasmeninę emocinę kompetenciją, tačiau buvo nustatyta, kad socialinio tinklo „Instagram“ naudojimas neigiamai veikia respondentų asmeninę emocinę kompetenciją. Tai gali būti susiję su skirtinga socialinių tinklų paskirtimi,

kuomet socialinis tinklas „Instagram“ yra naudojamas tiesiog kitų vartotojų stebėjimui ir naudojant šį socialinį tinklą mintys nukreipiamos kitur, taip neišigilinant į save, savo jausmus bei emocijas.

Atliktas tyrimas atskleidė, kad nebuvo rastas statistiškai reikšmingas skirtumas vertinant skirtingų kartų emocinę kompetenciją (su maža išimtimi). Daryta prielaida, kad vyresnių kartų emocinė kompetencija išvystyta geriau nepasitvirtino. Respondentų emocinė kompetencija nepriklauso nuo to kuriai kartai apklausos dalyviai priskiriami ir skirtinga technologinė aplinka kartų formavimosi periodu emocinei kompetencijai įtakos nedaro.

Tačiau buvo nustatyta, kad respondentai, kurie praleidžia daugiau laiko naudodami skaitmenines technologijas pasižymi geriau išvystyta tarpasmenine emocine kompetencija, o tam tikrų skaitmeninių technologijų naudojimas daro neigiamą įtaką respondentų asmeninei emocinei kompetencijai. Buvo nustatyta, kad socialinių tinklų „Facebook“ ir „LinkedIn“ naudojimas teigiamai veikia apklausos dalyvių tarpasmeninę emocinę kompetenciją, o socialinio tinklo „Instagram“ naudojimas neigiamai veikia asmeninę emocinę kompetenciją. Asmenys, kurie praleidžia daug laiko naudodami „Instagram“ platformą susiduria su sunkumais vertinat savo emocijų atpažinimą, supratimą ir valdymą. Vertinant šiuos rezultatus, svarbu paminėti, kad šie socialiniai tinklai skiriasi savo paskirtimi – „Facebook“ ir „LinkedIn“ platformos orientuotos į tarpasmeninių santykių palaikymą, o tuo tarpu „Instagram“ dažniausiai naudojamas kitų vartotojų stebėjimui.

Apibendrinant gautus rezultatus galime daryti išvadą, kad emocinei kompetencijai įtaką daro ne priklausymas vienai ar kitai kartai, bet skaitmeninių technologijų naudojimo įpročiai. Nepriklausomai nuo to kuriai kartai respondentas priklauso, jo emocinė kompetencija gali būti išvystyta geriau ar blogiau vertinant tai kiek laiko ir kokiomis skaitmeninėmis technologijomis jis naudoja. Tačiau vertinant tai, kad jaunesnių kartų atstovai dažniau naudoja skaitmenines technologijas, kurios skirtos kitų vartotojų stebėjimui („Instagram“) ir nėra nukreiptos į tarpasmeninių santykių palaikymą, jų asmeninė emocinė kompetencija gali būti išvystyta silpniau nei vyresnių kartų atstovų. Taip pat įvertinus tai, kad asmenys iki 24 m. platformą „Facebook“ naudoja mažiausiai, o atliktas tyrimas atskleidė, kad šio socialinio tinklo naudojimas gali daryti teigiamą įtaką tarpasmeninės emocinės kompetencijos ugdymui, jaunosios Z kartos atstovų tarpasmeninė emocinė kompetencija taip pat gali būti išvystyta silpniau nei vyresnėms kartoms priskiriamų asmenų. Siekiant patvirtinti šiuos rezultatus tolimesniuose tyrimuose siūloma atlikti tyrimą su didesne respondentų imtimi.

Išvados ir rekomendacijos

1. Emocinė kompetencija tai asmens gebėjimas identifikuoti, suprasti, reikšti, valdyti ir panaudoti savo ir kitų emocijas, valdant savo, bei siekiant paveikti kito asmens elgesį. Įvairūs autoriai pažymi, kad emocinę kompetenciją sudaro dvi pagrindinės grupės – asmeninė ir tarpasmeninė emocinė kompetencija. Asmeninė emocinė kompetencija yra savo emocijų supratimas bei jų valdymas, o tarpasmeninė emocinė kompetencija yra gebėjimas valdyti tarpasmeninius santykius. Asmeninė ir tarpasmeninė emocinė kompetencija prisideda prie geresnių darbo rezultatų tiek darbuotojų, tiek ir visos organizacijos lygmeniu.

Skaitmeninės technologijos plačiąja prasme gali būti suprantamos kaip įrenginys, interneto tinklas, turinys ir naudojimas. Skaitmeninių technologijų naudojimas dar gali būti skirstomas į aktyvų bei pasyvų technologijų naudojimą. Kalbant apie kasdienybėje naudojamas bendravimą įgalinančias skaitmenines technologijas yra išskiriamos trys pagrindinės veiklos – aktyvus komunikavimas, pasyvus naudojimas ir ne tiesiogiai nukreiptos informacijos skelbimas. Būtent bendravimą įgalinančios skaitmeninės technologijos per keletą pastarųjų dešimtmečių tapo neatsiejama kasdienybės dalis, kuri neabejotinai keičia tiek vyresniųjų kartų įpročius, tiek naujųjų kartų formavimąsi.

2. Karta – tai žmonių grupė gimusi panašiu laikotarpiu bei siejama su tam tikrais įvykiais gyvenime, turinti skirtingas vertybių sistemas, skirtingai reaguojanti į tam tikrus įvykius gyvenime bei dėl bendros patirties susiformavusios tam tikru laikotarpiu turinti charakterio ir elgesio panašumų.

Atliktas tyrimas atskleidė, kad vertinant skirtingų kartų skaitmeninių technologijų naudojimo tikslus ir dažnį pastebima, jog vyresniųjų kartų atstovai skaitmenines technologijas naudoja rečiau nei jaunesnėms kartoms priskiriami asmenys. Vertinant skaitmeninių technologijų naudojimo dažnį taip pat pastebima, kad kuo jaunesnis asmuo, tuo dažniau jis naudoja internetą. Taip pat atlikta analizė atskleidė, kad jaunesni asmenys kur kas dažniau bendrauja socialiniuose tinkluose.

3. Atlikus mokslinės literatūros analizę ir apibrėžus kartų skirtumų formavimosi prielaidas, galimus skaitmeninių technologijų naudojimo būdus bei emocinės kompetencijos konstrukta pateiktas skaitmeninių technologijų naudojimo ir skirtingų kartų emocinės kompetencijos sąsajų modelis, kuris atspindi tai, kad kartoms besiformuojant skirtingoje technologinėje aplinkoje skiriasi jų laisvalaikio leidimo įpročiai, bei jų bendravimo įpročiams iš realaus pasikeitus į virtualų bendravimą, naujosios kartos gimusios apsuptos skaitmeninių technologijų praktikuoja kitokį bendravimo būdą nei vyresniųjų kartų atstovai, kurie yra pripratę bendrauti matant kitą asmenį bei jo emocijas. Buvo iškelta prielaida, kad šie skirtingi laisvalaikio leidimo bei bendravimo įpročiai daro įtaką skirtingų kartų emocinei kompetencijai bei atskiroms jos sudedamosioms dalims.

4. Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad kuo jaunesnis apklausos dalyvis, tuo dažniau jis naudoja skaitmenines technologijas asmeniniais tikslais. Vyresnio amžiaus respondentai skaitmenines technologijas naudoja dažniau nei jaunesnio amžiaus respondentai tik darbo tikslais. Tai reiškia, kad jaunesnio amžiaus tiriamieji skaitmeninėms technologijoms skiria didesnę dalį savo laisvalaikio.

Atliktas tyrimas atskleidė, kad nebuvo rastas statistiškai reikšmingas skirtumas vertinant skirtingų kartų emocinę kompetenciją (su maža išimtimi). Daryta prielaida, kad vyresniųjų kartų

emocinė kompetencija išvystyta geriau nepasitvirtino. Respondentų emocinė kompetencija nepriklauso nuo to kuriai kartai apklausos dalyviai priskiriami ir skirtinga technologinė aplinka kartų formavimosi periodu emocinei kompetencijai įtakos nedaro.

Gauti rezultatai atskleidė, kad emocinei kompetencijai įtaką daro ne priklausymas vienai ar kitai kartai, bet skaitmeninių technologijų naudojimo įpročiai. Nepriklausomai nuo to kuriai kartai respondentas priklauso, jo emocinė kompetencija gali būti išvystyta geriau ar blogiau vertinant tai kiek laiko ir kokiomis skaitmeninėmis technologijomis jis naudojasi.

Atsižvelgiant į šiuos rezultatus ir įvertinus tai, kad jaunesnių kartų atstovai dažniau naudoja skaitmenines technologijas, kurios skirtos kitų vartotojų stebėjimui („Instagram“) ir nėra nukreiptos į tarpasmeninių santykių palaikymą, jų asmeninė emocinė kompetencija gali būti išvystyta silpniau nei vyresnių kartų atstovų. Taip pat įvertinus tai, kad asmenys iki 24 m. platformą „Facebook“ naudoja mažiausiai, o atliktas tyrimas atskleidė, kad šio socialinio tinklo naudojimas gali daryti teigiamą įtaką tarpasmeninės emocinės kompetencijos ugdymui, jauniausios Z kartos atstovų tarpasmeninė emocinė kompetencija taip pat gali būti išvystyta silpniau nei vyresnėms kartoms priskiriamų asmenų. Siekiant patvirtinti šiuos rezultatus tolimesniuose tyrimuose siūloma atlikti tyrimą su didesne respondentų imtimi.

5. Vertinant atlikto tyrimo rezultatus, organizacijoms siūloma orientuotis į jaunesnių kartų atstovų emocinės kompetencijos ugdymą. Darbuotojams iki 44 m. amžiaus siūloma organizuoti mokymus skirtus asmeninės emocinės kompetencijos ugdymui. Taip pat jauniausios Z kartos atstovams rekomenduojama organizuoti mokymus skirtus ir jų tarpasmeninės emocinės kompetencijos lavinimui.

Literatūra

1. Antinienė, D., & Lekavičienė, R. (2012). Socialinės kompetencijos samprata ir dinamika pastarąjį dešimtmetį: Lietuvos studentų tyrimas. *Psichologija*, 45, 89–102. doi: <https://doi.org/10.15388/Psichol.2012.45.1535>
2. Aziz, Khairunnisa Abdul, Rahman, Rabeatul Husna Abdull, Yusof, Halimah Mohd, & Yunus, Wan Mohd Azam Wan Mohd. (2018). A Review on Generational Differences and Work-related Attitude. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(8). doi: <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v8-i8/4473>
3. Balazs L. (2014). Emotional Intelligence. Z-Press Ltd. doi: <https://doi.org/10.1515/ptse-2015-0004>
4. Bar-On, R., Parker, J. D. A. (2000). Bar-On emotional quotient inventory: Youth version. New York: Multi-Health.
5. Bencsik, Andrea, Juhász, Tímea, & Horváth-Csikós, Gabriella. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), 90–106. doi: <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
6. Burke M., Kraut R., Marlow C. (2011). Social Capital on Facebook: Differentiating Uses and Users. *Proceedings of the International Conference on Human Factors in Computing Systems*. doi: 10.1145/1978942.1979023
7. Cheung, Christy M.K, Chiu, Pui-Yee, & Lee, Matthew K.O. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337–1343. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.07.028>
8. Coit Butler F. (1978). The Concept of Competence. An Operational Definition. *Educational Technology* 18(1), 7-18.
9. Connolly, John. (2019). Generational Conflict and the Sociology of Generations: Mannheim and Elias Reconsidered. *Theory, Culture & Society*, 36(7-8), 153–172. doi: <https://doi.org/10.1177/0263276419827085>
10. David P. Costanza, Jessica M. Badger, Rebecca L. Fraser, Jamie B. Severt, & Paul A. Gade. (2012). Generational Differences in Work-Related Attitudes: A Meta-analysis. *Journal of Business and Psychology*, 27(4), 375–394. doi: <https://doi.org/10.1007/s10869-012-9259-4>
11. DeVaney, Sharon A. (2015). Understanding the Millennial generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 69(6), 11.
12. Dikčius V., 2002. Anketos sudarymo principai. Vilnius.
13. D'Netto, B., Ahmed, E. (2012). Generation Y: Human Resource Management Implications. *Journal of Business and Policy Research*, 1(1), 1-9.
14. Dumitriu C., Timofti I. C., Dumitriu G. (2014). Evaluation and development of students' emotional competence. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 869-874. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.01.312
15. Fernández-Berrocal, Pablo, & Extremera, Natalio. (2016). Ability Emotional Intelligence, Depression, and Well-Being. *Emotion Review*, 8(4), 311–315. doi: <https://doi.org/10.1177/1754073916650494>

16. Fernández-Berrocal P, Extremera N. (2016). Ability Emotional Intelligence, Depression, and Well-Being. *Emotion Review. Research Article* 8(4), 311-315. doi: <https://doi.org/10.1177/1754073916650494>
17. Fernández-Berrocal, Pablo, & Extremera, Natalio. (2006). Emotional intelligence: a theoretical and empirical review of its first 15 years of history. *Psicothema*, 18 Suppl, 7–12.
18. FitzGerald E., Ferguson R., Adams A., Rhodri T. (2015). Augmented Reality and Mobile Learning. *International Journal of Mobile and Blended Learning* 5(4), 43-58. doi: 10.4018/ijmbl.2013100103
19. Fortunati, Leopoldina, Taipale, Sakari, & de Luca, Federico. (2019). Digital generations, but not as we know them. *Convergence (London, England)*, 25(1), 95–112. doi: <https://doi.org/10.1177/1354856517692309>
20. Giedd, Jay N., M.D. (2012). The Digital Revolution and Adolescent Brain Evolution. *Journal of Adolescent Health*, 51(2), 101–105. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2012.06.002>
21. Goleman D., Boyatzis R. E. (2017). Emotional Intelligence Has 12 elements. which Do You Need to Work On? [žiūrėta 2021-02-20]. Prieiga per internetą: <https://hbr.org/2017/02/emotional-intelligence-has-12-elements-which-do-you-need-to-work-on>
22. Goleman, D. (2008). *Emocinis intelektas darbe* (p. 440). Vilnius: Presvika.
23. Goleman, D. (2005). *Emotional intelligence (10th anniversary ed.)*. New York: Bantam.
24. Goleman, D. (2006). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. Random House.
25. Gülbeniz A., Zeynep H., Zeki Y. (2014). A Research about Emotional Intelligence on Generations 3(4), 124 – 133.
26. Handelshögskolan, Department of Economy Society, Unit for Human Geography, Göteborgs universitet, Gothenburg University, Institutionen för ekonomi och samhälle, Kulturgeografi, & School of Business, Economics, Law. (2019). More at Home, More Alone? Youth, Digital Media and the Everyday Use of Time and Space. *Geoforum*, 100(March), 41–50. doi: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2019.02.010>
27. Harber, J. G. (2011). *Generations in the Workplace: Similarities and Differences: A dissertation*. East Tennessee State University [žiūrėta 2021-02-01]. Prieiga per internetą: <https://dc.etsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2446&context=etd>
28. Hinton P. R., McMurray I., Brownlow Ch. (2004). *SPSS Explained (1st Edition)*. London, Routledge.
29. Iosr Journals, & Singh, Anjali. (2014). Challenges and Issues of Generation Z. *Figshare*. doi: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.1119224>
30. Yusupova, G. V. (2006). Emotional competence of the person. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. doi: <https://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2015.08.19>
31. Jones, J. S., Murray, S. R., Tapp, S. R. (2018). Generational Differences in the Workplace. *The Journal of Business Diversity* 18(2), 88-97.
32. Joseph D., Newman D. (2010). Emotional Intelligence: An Integrative Meta-Analysis and Cascading Model. *Journal of Applied Psychology* 95(1), 54-78. doi: 10.1037/a0017286
- Jena, R.K. (2016). Effect of Generation Gap on Organizational Commitment: A Case Study of Ferro-

- alloy Industries in India. *Global Business Review*, 17(31), 76S–89S. doi: <https://doi.org/10.1177/0972150916631085>
33. Kelly K. (2014). *Managing the Multigenerational Workplace*. Kenan-Flagler Business School [žiūrėta 2021-02-01]. Prieiga per internetą: <http://execdev.kenan-flagler.unc.edu/hubfs/White%20Papers/managing-the-multigenerational-workplace-white%20paper.pdf>
 34. Konstantinou M. S, Efstathiou A., Charalambous G., Kaitelidou D., Jelastopulu E. (2017). Emotional Intelligence and Its Impact on the Emotional Factors among Nurses. *Journal of Education* 23(3), 1-13. doi: 10.9734/JESBS/2017/37818
 35. Kupperschmidt B. R. (2000). Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management. *The Health Care Manager* 19(1), 65-76. doi: 10.1097/00126450-200019010-00011
 36. Lemisiou, M. A. (2018). The effectiveness of person-centered coaching intervention in raising emotional and social intelligence competencies in the workplace. *International Coaching Psychology Review*, 13(2), 6–26.
 37. Leroy, Véronique, Grégoire, Jacques, Magen, Eran, Gross, James J, & Mikolajczak, Moïra. (2012). Resisting the sirens of temptation while studying: Using reappraisal to increase focus, enthusiasm, and performance. *Learning and Individual Differences*, 22(2), 263–268. doi: <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2011.10.003>
 38. Libina, E.V., Libin A.V. (1998). *Styles of response to a stress. Style of the person: psychological analysis*. Sence.
 39. Lietuvos statistikos departamentas. Lietuvos statistikos metraštis (2019 m. leidimas). Informacinės technologijos. Vilnius: Lietuvos Statistikos departamentas.
 40. Machová, Renáta, Zsigmond, Tibor, Lazányi, Kornélia, & Krepszová, Veronika. (2020). Generations and Emotional Intelligence A Pilot Study. *Acta Polytechnica Hungarica*, 17(5), 229–247. doi: <https://doi.org/10.12700/APH.17.5.2020.5.12>
 41. Mayer, J. D., Salovey, P. (1997). *What is emotional intelligence? Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators*. New York: Basic Books.
 42. Mayer, J. D., Salovey, P. (1990). Emotional Intelligence. *SAGE Journal* 9(3), 185-211. doi: <https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>
 43. Masciantonia A., Bourguignona D. (2020). Motivation scale for using Social Network Sites: comparative study between Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat and LinkedIn. doi: 10.31219/osf.io/rszx6
 44. Mannheim, K. (1972). *The Problem of Generations*. Essays, Routledge.
 45. Martinkus, B., Neverauskas, B., Sakalas, A. (2002). Vadyba: specialistų rengimo kiekybinis ir kokybinis aspektas : monografija (p. 172). Kaunas: Technologija.
 46. McCrindle, M., Wolfinger, E. (2010). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generation*. Australia: University of New South Wales Press Ltd
 47. McPake, Joanna, Plowman, Lydia, & Stephen, Christine. (2013). Pre-school children creating and communicating with digital technologies in the home. *British Journal of Educational Technology*, 44(3), 421–431. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2012.01323.x>

48. Mikolajczak, Moira. (2010). Going Beyond The Ability-Trait Debate: The Three-Level Model of Emotional Intelligence. *Ejournal of Applied Psychology*, 5(2). doi: <https://doi.org/10.7790/ejap.v5i2.175>
49. Muchnick, M. H. (1996). *Naked Management. Bare Essentials For Motivating The X-Generation At Work*. London, New York, Washington: St. Lucie Press.
50. Musik, Christoph, & Bogner, Alexander. (2019). Book title: Digitalization & society. *ÖZS. Österreichische Zeitschrift Für Soziologie*, 44(S1), 1–14. doi: <https://doi.org/10.1007/s11614-019-00344-5>
51. Murphy S. A. (2007). *Leading a Multigenerational Workforce*. Washington: AARP.
52. Nadkarni, Ashwini, & Hofmann, Stefan G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249. doi: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
53. Nelton, Sharon. (1991). [Review of *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*]. *Nation's Business*, 79(8), 42. U.S. Chamber of Commerce.
54. Nkonyo Njoroge C., Yazdanifard R. (2014). The Impact of Social and Emotional Intelligence on Employee Motivation in a Multigenerational Workplace. *International Journal of Information, Business and Management*, 6(4), 163.
55. Nnamboozee B. E., Parumasur S. B. (2016). Understanding the Multigenerational Workforce: Are the Generations Significantly Different or Similar? *Corporate Ownership & Control* 13(2), 224-237. doi: <https://doi.org/10.22495/cocv13i2c1p4>
56. O'Meara K.A., Knudsen K., Jones J., (2015). The Role of Emotional Competencies in Faculty-Doctoral Student Relationships. *The Review of Higher Education* 36(3), 315-348. doi: [10.1353/rhe.2013.0021](https://doi.org/10.1353/rhe.2013.0021)
57. Pant, I., Rakesh, K. Y. (2016) Impact of Emotional Intelligence on the Job Performance of Employee. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 3(1), January 2016, 7-14. doi: [2395-7492](https://doi.org/10.2395-7492), <https://sloap.org/journals/index.php/irjmis/article/view/342>.
58. Pečiuliauskienė, Palmira. (2018). Naujosios kartos vyresniojo mokyklinio amžiaus mokinių tarpasmeninės komunikacijos gebėjimų struktūra: X ir Z kartų atvejis. *Pedagogika (Vilnius, Lithuania)*, 130(2), 116–130.
59. Petkevičiūtė N., Kaminskytė E. (2003). Vadybinė kompetencija: teorija ir praktika. *Ekonomikos teorija ir praktika*, 65-80.
60. Pociūtė, Birutė, & Krancaitė, Erika. (2012). Paauglių aktyvumas vs. Pasyvumas interneto socialiniame tinkle „Facebook“ ir sąsajos su jaučiamu vienišumu bei asmenybės bruožais. *Psichologija*, 46, 60–79. doi: <https://doi.org/10.15388/Psichol.2012.46.812>
61. Ramanauskas, Karolis. (2014). ORGANIZACIJOS VADOVO EMOCINIO INTELEKTO UGDYMO GALIMYBĖS. *Regional Formation and Development Studies*, 10(2). doi: <https://doi.org/10.15181/rfds.v10i2.153>
62. Roglinger M., Berger S., Denner M. S. (2018). The Nature of Digital Technologies - Development of a Multi-layer Taxonomy. *European Conference on Information Systems* 1-18.
63. Sheldon, Pavica, & Bryant, Katherine. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>

64. Singh, P. (2013). Influence of leaders' intrapersonal competencies on employee job satisfaction. *International business and economics research journal*, 12.2013, 1289-1302.
65. Skarbalienė A., Skarbalius E., Mikolajczak M. (2019). Emocinės kompetencijos instrumentas PEClT / Lithuanian version of profile of emotional competence. *Biological Psychiatry and Psychopharmacology* 21(1), 15-20.
66. Skaržauskienė, A. (2009). Sisteminis mąstymas kaip kompetencija lyderystės paradigmoje: daktaro disertacija. ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas [žiūrėta 2021-02-10]. Prieiga per internetą: <http://www.libis.lt/simpleSearch.do?BI001=C10000600830>
67. Socialiniai tinklai 2020: stebinantis „TikTok“ fenomenas. (2020) [žiūrėta 2021-02-26]. Prieiga per internetą: <https://www.vz.lt/rinkodara/2020/02/23/socialiniai-tinklai-2020-stebinantis-tiktok-fenomenas>.
68. Spencer L. M., Spencer S. M. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. Wiley India Pvt Ltd.
69. Statnickė, G. (2016). Managing generational diversity in the organization. *Global Academic Society Journal: Social Science Insight II*, (8), 9–19.
70. The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations, The Emotional Competence Framework. (2021) [žiūrėta 2021-04-02]. Prieiga per internetą: http://www.eiconsortium.org/pdf/emotional_competence_framework.pdf
71. Twenge, Jean M, Campbell, Stacy M, Hoffman, Brian J, & Lance, Charles E. (2010). Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing. *Journal of Management*, 36(5), 1117–1142. doi: <https://doi.org/10.1177/0149206309352246>
72. Uhls, Y. T., Michikyan, M., Morris, J., Garcia, D., Small, G. W., Zgourou, E., & Greenfield, P. M. (2014). Five days at outdoor education camp without screens improves preteen skills with nonverbal emotion cues. *Computers in Human Behavior*, 39, 387–392. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.036>
73. Zeidner, M., & Matthews, G. (2018). Grace under pressure in educational contexts: Emotional intelligence, stress, and coping. *The Springer Series on Human Exceptionality* 83–110. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-319-90633-1_4
74. Zsolnai A. (2015). *Social and emotional competence*. University of Szeged, November 2015. doi: 10.14413/herj.2015.01.01.

Priedai

1 priedas. Klausimynas

Gerb. Respondente,

Kauno technologijos universiteto Ekonomikos ir verslo fakulteto Žmonių išteklių vadybos magistrantantė Rosita Jocytė atlieka tyrimą, kurio tikslas ištirti sąsajas tarp skaitmeninių technologijų naudojimo ir emocinės kompetencijos skirtingų kartų kontekste.

Tyrimas yra mokslinio pobūdžio, todėl jo rezultatai po apdorojimo bus viešinami. Tačiau visi duomenys bus pateikiami apibendrinta forma, kurioje nebus įmanoma identifikuoti konkrečios tyrimo dalyvavusios organizacijos ir darbuotojo. Garantuojame Jūsų pateiktos informacijos konfidencialumą. Visi Jūsų atsakymai liks anoniminiai.

Atsakyti į anketos klausimus užtruksite apie 10 - 15 min.

PILDYMO INSTRUKCIJA

Prašome įvertinti kiekvieną anketoje pateiktą teiginį. Prie kiekvieno teiginio žymėkite tik vieną Jūsų nuomonę ar patirtį atliepiančią atsakymo variantą.

1. Jūsų amžius:

- Iki 21 m.
- 21-24 m.
- 25-34 m.
- 35-44 m.
- 45-54 m.
- 55-65 m.
- Virš 65m.

2. Koks Jūsų išsilavinimas?

- Vidurinis
 - Profesinis
 - Aukštasis neuniversitetinis (kolegija)
 - Aukštasis universitetinis
 - Kita (įrašykite)
-

3. Jūsų lytis:

- Moteris
- Vyras

4. Kiek vidutiniškai laiko per dieną praleidžiate naudodami šiuos socialinius tinklus
ASMENINIAIS TIKSLAIS?

	Mažiau nei 30 min.	30 min. – 1 val.	1 – 3 val.	3-5 val.	Daugiau nei 5 val.	Nenaudoju
Facebook						
Instagram						
LinkedIn						
Snapchat						

Kita (įrašykite) _____

5. Kiek vidutiniškai laiko per dieną praleidžiate naudodami šiuos socialinius tinklus DARBO TIKSLAIS?

	Mažiau nei 30 min.	30 min. – 1 val.	1 – 3 val.	3-5 val.	Daugiau nei 5 val.	Nenaudoju
Facebook						
Instagram						
LinkedIn						
Snapchat						

Kita (įrašykite) _____

6. Kaip dažnai naudodamiesi socialiniais tinklais...

	Kiekvieną dieną	Maždaug kas antrą dieną	Kelis kartus per savaitę	Kartą per savaitę	Rečiau nei per savaitę
Komentuojate kitų asmenų įkeltą medžiagą (nuotraukas, vaizdo įrašus, įrašus ant “sienos”)					
Pažymite savo draugus nuotraukose bei kituose įrašuose siekdami į tai atkreipti jų dėmesį					
Tik stebite pasidalinta informaciją nesuteikiant atgalinio ryšio					
Skaitote komentarus, tačiau pats nekomentuojate					
Atnaujinate savo asmeninį profilį (pvz. pakeičiate savo profilio nuotrauką atnaujinate būseną)					
Dalinatės naujomis nuotraukomis bei įvairiomis nuorodomis					

Kita (įrašykite) _____

7. Toliau esančiame klausimyne pateikiami teiginiai susiję su asmens emocinės kompetencijos įsivertinimu – prašome atsakyti į kiekvieną klausimą spontaniškai pasirinkdami Jums tinkamiausią atsakymo variantą.

	Visiškai	Nesutinku	Nei sutinku	Sutinku	Visiškai
--	----------	-----------	-------------	---------	----------

	nesutinku		nei nesutinku		sutinku
1. Kai sukyla mano emocijos, nesuprantu, iš kur jos					
2. Ne visuomet suprantu savo reakcijas į situacijas					
3. Jeigu noriu, lengvai galiu daryti įtaką kitų žmonių emocijoms					
4. Žinau, kaip pasiekti kitų žmonių palankumą					
5. Dažnai negaliu suprasti kitų žmonių emocinio atsako					
6. Kai jaučiuosi gerai nusiteikęs, galiu lengvai įvardinti to priežastis (pvz.: didžiuojuosi savimi, esu laimingas, esu atsipalaidavęs ar kt.)					
7. Net žmogui nekalbant galiu pasakyti, jis piktas, liūdnas ar džiaugsmingas					
8. Gebu gerai apibūdinti savo jausmus					
9. Niekada asmeniniame gyvenime nepriimu sprendimų remdamasis emocijomis					
10. Kai jaučiuosi prislėgtas, galiu lengvai susieti savo jausmus ir juos sukėlusią priežastį					
11. Galiu lengvai iš kitų gauti tai, ko noriu					
12. Galiu lengvai nurimti po sunkios ar stresinės situacijos					
13. Lengvai galiu paaiškinti aplinkinių žmonių emocijas					
14. Suprantu aplinkinių žmonių jausmų priežastis					
15. Kai jaučiuosi liūdnas, galiu lengvai pralinksmedėti					
16. Iškart suprantu, kokius jausmus sukelia situacija					
17. Jei man kažkas nepatinka, gebu tai pasakyti ramiai					
18. Nesuprantu aplinkinių žmonių emocinio atsako į situacijas					
19. Kai matau, jog kažkas yra sustresavęs ar neramus, lengvai galiu padėti jai/jam nurimti					
20. Ginčo metu nežinau, esu labiau piktas ar liūdnas					
21. Siekdamas pagrįsti pasirinkimus, remiuosi					

jausmais					
22. Stengiuosi mokytis iš skirtingų situacijų ir emocijų					
23. Žmonės linkę patikėti man asmeninius reikalus, paslaptis					
24. Atsižvelgdamas į atitinkamas emocijas, galiu priimti atitinkamus sprendimus gyvenime					
25. Net ir stengiantis, man sunku kitiems paaiškinti savo jausmus					
26. Ne visuomet suprantu, dėl ko stresuoju					
27. Jei pas mane kas nors ateitų verkdamas, nežinočiau, ką daryti					
28. Man sunku klausyti besiskundžiančių žmonių					
29. Man dažnai nepavyksta susišnekėti su žmonėmis, nes neatkreipiu dėmesio į jų emocijas					
30. Gerai jaučiu kitų emocijas					
31. Jaučiuosi nejaukiai, jei kiti žmonės bando pasakoti savo problemas, todėl stengiuosi to išvengti					
32. Žinau, ką daryti, kad įkvėpčiau kitus					
33. Man gerai sekasi pakelti nuotaiką kitiems žmonėms					
34. Man sunku susieti kitų žmonių emocijas su jas lėmusiomis aplinkybėmis					
35. Galiu lengvai daryti įtaką kitų žmonių jausmams					
36. Jei norėčiau, lengvai galiu priversti kitą žmogų jaustis nejaukiai					
37. Man sunku suvaldyti savo emocijas					
38. Aplinkiniai žmonės sako, kad atvirai nereiškiu jausmų					
39. Supykęs galiu greitai ir lengvai nurimti					
40. Kitų žmonių emocinis atsakas mane dažnai nustebina, nes negebu jo numatyti					
41. Nuojauta man padeda suprasti / atsirinkti, kas man iš tiesų svarbu					
42. Kitiems žmonėms nepriimtina tai, kaip aš išreiškiu savo jausmus					

43. Kai man liūdna, net nežinau priežasties					
44. Neatpažįstu / neatskirių kitų žmonių emocinės būsenos					
45. Žmonės sako, kad esu patikimas					
46. Jaučiuosi nejaukiai, kai žmonės pasakoja apie savo sunkumus					
47. Kai bendrauju su piktu žmogumi, galiu lengvai jį nuraminti					
48. Atpažįstu ir suprantu savo emocijas, kai tik jos sukyla					
49. Kai esu prislėgtas, man sunku suprasti, ką iš tikrųjų jaučiu					
50. Stresinėje situacijoje sugebu suvaldyti nerimą					

DĖKOJAME, KAD DALYVAVOTE TYRIME IR PRISIDĖJOTE PRIE MOKSLO REZULTATŲ GAVIMO!