
Generációso(k)k

Tanulmányok a generációk témakörében

Szerkesztette:
Mészáros Aranka – Lestyán Katalin

Gödöllő
2017

Generációso(k)k – Tanulmányok a generációk témakörében

Szerkesztette: Mészáros Aranka és Lestyán Katalin

Lektorálta: Korényi Róbert és Varga Erika

Technikai szerkesztő: Kollár Péter

Borítóterv: Lestyán Katalin és Kollár Péter

Szerzők: András Klára; Bácsi János; Csehné Papp Imola; Istók Anna; Jekkel Dániel; Jekkel Orsolya; Kollár Csaba; Kollár Péter; Korényi Róbert; Lerf Andrea; Mészáros Aranka; Szabó Katalin; Varga Erika; Zsoldos Marianna

Kiadja a Szent István Egyetemi Kiadó Nonprofit Kft

2100 Gödöllő Páter Károly u.1

Kiadás éve: 2017.

Felelős kiadó: Szent István Egyetem, Gazdaság- és
Társadalomtudományi Kar, Társadalomtudományi és
Tanárképző Intézet

Kiadó vezető: Lajos Mihály

ISBN: 978-963-269-688-1

TARTALOMJEGYZÉK

OKTATÁS

MÓDSZERTANI ELTÉRÉSEK ÉS ATTITŰDBELI KÜLÖNBBSÉGEK GENERÁCIÓNKÉNT AZ OKTATÁSBAN (Varga Erika)..... 8

GENERÁCIÓS KÜLÖNBBSÉGEK AZ INFOKOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK HASZNÁLATÁBAN, AZ OKTATÁS OPTIMALIZÁLÁSA AZ ÚJ IGÉNYEKHEZ (Jekkel Dániel – Jekkel Orsolya)..... 26

PEDAGÓGIA A DIGITÁLIS KORBAN (Kollár Csaba)..... 40

SZEMPONTOK A Z GENERÁCIÓ HATÉKONYABB OKTATÁSÁHOZ (Bácsi János)..... 64

MIÉRT MŰKÖDHEK A JÁTÉKOSÍTÁS AZ Y ÉS A Z GENERÁCIÓKNÁL? (Korényi Róbert)..... 81

MUNKA VILÁGA

GENERÁCIÓMENEDZSMENT (Szabó Katalin)..... 106

A Z GENERÁCIÓ MUNKÁHOZ VALÓ VISZONYA (Csehné Papp Imola)..... 124

A HACKMAN-OLDHAM-FÉLE MUNKAKÖRI KÖZPONTI DIMENZIÓK MEGÍTÉLÉSÉBEN MEGJELENŐ GENERÁCIÓS KÜLÖNBÖZŐSÉGEK (Mészáros Aranka – Kollár Péter)..... 140

SUPER-FÉLE MUNKAÉRTÉKEK VIZSGÁLATA A MUNKAERŐPIACON FONTOS SZEREPET JÁTSZÓ NÉGY KÜLÖNBÖZŐ GENERÁCIÓ ESETÉBEN (Kollár Péter – Mészáros Aranka)..... 152

GONDOLATOK A VERSENYKÉPESSÉG ÉS GENERÁCIÓS SZINERGIA KAPCSOLATÁRÓL (András Klára)..... 169

GEN GAME MODELL - MULTIGENERÁCIÓS EGYÜTTMŰKÖDÉS FEJLESZTÉSE (Lerf Andrea)..... 189

KULTÚRA

DIGITÁLIS MINDENNAPOK EGY KÖNYVTÁR ÉLETÉBEN – INNOVATÍV MÓDSZEREK A FIATALOK OLVASÓVÁ NEVELÉSE, VALAMINT AZ ÉLETHOSSZIG TARTÓ TANULÁS TERÜLETÉN (Istók Anna)..... 200

AZ EGRI BRÓDY SÁNDOR KÖNYVTÁR A Z GENERÁCIÓ SZOLGÁLATÁBAN WEBKETTES ÉS EGYÉB ESZKÖZÖK ALKALMAZÁSA (Zsoldos Marianna)..... 228

Előszó

A generációs szakirodalomban gyakran olvasható a „generációs szakadék” (generation gap) kifejezés, mely napjainkban az idősebb és fiatalabb generációk közti igen mély távolságot hivatott érzékeltetni. Az emberiség története nem más, mint generációváltások sorozata, amelyet mindig is jellemzett a nemzedékek eltérő értékrendje, véleményformálása, életszemlélete. Mai világunkban azonban az információtechnológia robbanásszerű fejlődésével, élettempónk és a társadalmi-kulturális változások hihetetlen felgyorsulásával összefüggésben úgy érezhetjük, hogy soha nem voltak még ekkora különbségek a generációk között. Sokszor azt érezzük, fényévekre vagyunk egymástól. Ugyanakkor életünk minden színterén (munkánkban, iskoláinkban, családjainkban) folyamatosan együtt kell élnünk és működnünk egymással. Ez bizony sok fejtörést okoz és gyakran konfliktushelyzeteket teremt. Mit tehetünk azért, hogy valóban jól tudjunk együttműködni?

Úgy véljük, hogy a nemzedéki különbségek feltérképezése, okainak megértése, az egyes generációk karakterisztikájának, működés módjának megismerése segíthet a szakadékot átívelő híd megépítésében.

Tanulmánykötetünk alapvető célja tehát, hogy olyan ismereteket, módszereket adjunk az olvasók kezébe, mellyel könnyebbé tehető az oktatási intézményekben a tanárok és diákok, valamint a munkahelyeken a különböző generációk együttműködése.

A könyvben szereplő gyakorlatorientált tanulmányokat kettős céllal gyűjtöttük össze:

egyrészt a legújabb szakirodalmak felhasználásával, másrészt az oktatásra és a munka világára jellemző példákkal szeretnénk gondolati kapaszkodót adni egyetemi oktatóknak, Emberi erőforrások BA, valamint Vezetés és szervezés MSc szakos hallgatóinknak.

Mindezen felül cégvezetők és emberi erőforrással foglalkozó gyakorlati szakemberek elé szeretnénk olyan könyvet tenni, melyet haszonnal forgathatnak munkahelyi szituációkban keletkező generációs kérdéseik megválaszolására, amelynek segítségével hatékonyabbá válhatnak, munkahelyi kapcsolataik javulhatnak, együttműködésük gördülékenyebb lesz a különböző életkorú kollegáikkal.

A tanulmánykötet három szerkezeti egységből épül fel. Az első részben az oktatás kérdésköreit járják körbe a szerzők. A második részben a munka világába nyerhetünk bepillantást. Végül, de nem utolsó sorban kulturális szempontból közelítjük meg a témakört.

A kötet olyan szerzők munkáit tartalmazza, akik több éve foglalkoznak a témakör kutatásával. Tanulmányaik segítséget nyújtanak a generációs jellemzők tudatosításában, megértésében, valamint szempontokat adhatnak a generációkkal való bánásmódhoz.

Lestyán Katalin és Mészáros Aranka szerkesztők
Szent István Egyetem, Gödöllő, 2017



Oktatás

MÓDSZERTANI ELTÉRÉSEK ÉS ATTITŰDBELI KÜLÖNBSÉGEK GENERÁCIÓNKÉNT AZ OKTATÁSBAN

Varga Erika

Szent István Egyetem
Gazdaság-és Társadalomtudományi Kar
Társadalomtudományi és Tanárképző Intézet
Varga.Erika@gtk.szie.hu

Absztrakt

A tanulmány középpontjában az a kérdés áll, hogy hogyan kell, illetve hogyan lehet az oktatási stratégiákat hozzáigazítani a tanuló (különös tekintettel a generációk) személyiségjegyeihez. Mivel mások vagyunk (személyiségünk és ízlésvilágunk eltér, nincs két egyforma ember), másképp is tanulunk. Eszerint a tanároknak más oktatási módszert, hozzáállást, stílust kell alkalmazni, ami annál jobb, minél személyre szabottabb. Személyes különbségek márpedig léteznek.(Mészáros, 2014) De valóban léteznek-e generációs különbségek is?

Kulcsszavak: generációk, tanulás, oktatás, módszerek, tanári- és személyiségkompetenciák

Bevezetés

Változnak az idők...A generációkról szólva megemlíthetjük, hogy ha régebben valaki “magában beszélt”, igencsak furcsa volt...Ma ez történhet többek között azért, mert épp egy technikai eszköz segítségével beszélget.

Minden generáció egyedi és mindegyiknek megvan a sajátos tanulási stratégiája, élménye. Azonban előfordulhatnak és elő is fordulnak bizonyos átfedések, de ennek ellenére más és más oktatási, tanítási és tanulási technikák számítanak hatékonynak a jövő generációinak oktatásában. Az órákat strukturálni kell

azért, hogy a 19 éves Y generáció vagy a 30 éves X-esek, illetve az 50 éves Baby boomer generáció igényeinek megfeleljen.

A tantervben szereplő oktatási és tanulási különbségek elismerésével az oktatók hozzáigazíthatják oktatási módszereiket a multigenerációs hallgatók tanulási szükségleteihez.

A tanároknak fontos állandóan a tanári készségeiket és gyakorlatukat frissíteni. A hatékony tanulási stratégia megköveteli a tanártól, hogy személyes tapasztalataiból kilépve belépjen a tanuló világába. Newmann et al. (1995) rámutat, hogy az autentikus tanuláshoz egyénileg szerkesztett, egyénre szabott oktatásra van szükség és arra, hogy a tanuló a problémát mélyebben is megértse, mintsem betanuljon egy sor tény.

Az új generációk oktatásával a pedagógusok esetében a munkaidő fogalma is más megvilágításba kerül: a személyes érdeklődésből eredő böngészés gyakran a munkával kapcsolatos tartalmakat eredményez és a...” Z generáció határidőkhöz való hozzáállása is fokozza ezt a kommunikációs “kényszert” (ha éjfél a határidő, akkor aznap 23.30-tól érkeznek be a munkák, ám a visszajelzéseket azonnal szeretnék megkapni)” (Námesztovszki, 2013).

A generációkról dióhéjban

Először is tekintsük át, hogy milyen generációkról is beszélünk tulajdonképpen.

Manapság az osztályok és csoportok, évfolyamok nagy része az Y generációból áll, akik 1981 és 2000 között születtek (egy másik elnevezésük az ezredforduló generációja (angolul: the Millennials), ezért a tanulmány főleg az ő jellemzőikre és igényeinkre koncentrálni fogunk).

Az X generáció tagjai közt (1961 és 1980 között születettek) vannak olyanok, aki már családalapítás után térnek vissza az oktatási rendszerbe és kezdik meg tanulmányaikat.

A Baby boomerek pedig az 1945 és 1960 között születettek. Az oktatók nagy része ehhez, vagy az X generációhoz tartozik (bár lehetnek néhányan olyanok is a tanárok között, akik 1925 és

1944 között születtek, azaz a „csendes generáció”, az „építők” tagjai).

Látható, hogy általában minimum egy generációnyi különbség létezik a tanárok és a diákok között, azonban ez a különbség nem csupán az évek számát jelenti. A generációkról szóló szakirodalmi források szerint mindegyiknek megvan a saját értékrendszere, etikája és kultúrája. Ha megértjük a generációs különbségeket, közelebb leszünk ahhoz is, hogy eltérő oktatási stratégiát alkalmazzunk, hogy ezzel is jobban kiszolgáljuk a hallgatók tanulás iránti igényét. A generációs jellemvonások és hiedelmek azonban nem jók vagy rosszak, hanem egyszerűen mások. Hasonlóan a vallási és kulturális különbségekhez, a generációs különbségeket is el kell ismerni. A generációkat egyebek között a megosztott, közös élmények, átélt események kovácsolják össze (mint például hasonló zenei ízlés, dalok, színészek, természeti katasztrófák, sikerek, kudarcok stb.), így világnézetük is más, mint az előttük álló vagy utánuk jövő generációé.

A következő rész a generációk legfontosabb tulajdonságait és azok módszertani tanulságait részletezi röviden.

Az X generáció jellemzői és oktatási stratégiája

Az X generáció szkeptikus, cinikus, önálló, magabiztos. Az X generációt gyakran arrogánsnak, nem lojális típusnak írják le és rövid odafigyelési képességgel jellemzik. Ők az ún. kulcsos gyerekek, azok a leleményes problémamegoldók, akik az egyénhez, és nem a szervezethez hűek. Értenek a számítógépekhez, egyszerre több feladatra figyelnek, viszont a munka-magánélet egyensúlyára törekednek (Smith, 2008).

Az X generáció tagjai egy olyan korszakban nőttek fel, ahol magas volt a válások száma, így a hagyományos értelemben vett családképük nem teljes. A TV nagy hatással van/volt életükre.

Az X generáció többsége azt látta, hogy mindkét szülője dolgozott és/vagy tovább tanult. Sokan közülük egy szülővel nőttek fel, mert a szülei elváltak. A gyorsételeken, a távirányítón és az azonnal válaszoló gépeken (ATM, mikrohullámú sütő stb.)

nőttek fel. Fiatal felnőttként korlátozottak a gazdasági kilátásaik, mivel ők a gazdasági fejlődés és lehetőségbővítés helyett inkább a szervezeti csoportos leépítéssel találkoznak, a korlátozott karrierlehetőségekkel, megugró nemzeti adóssággal (Hornblower 1997).

Az X generáció tagjai használható készségeket, képességeket és olyan munkát szeretnének, amely anyagi biztonságot nyújt. Modoruk nyílt, sokszor szókimondó és az információszerzésnek a leggyorsabb és a legkönnyebb módját választják. Számukra az idő értékes és a szabadidőt legalább olyan fontosnak tartják, mint a tanulással töltött időt, viszont nem szeretnek időt pazarolni olyan dologra, amely számukra nem jár haszonnal. Az oktatásra, tanulásra eszközként tekintenek csupán a céljuk (anyagi biztonságot adó állás) eléréséhez.

Preferálják a direkt, azonnali kommunikációt (telefon, email), s mivel a lényegre törekednek, fontosak számukra a világos utasítások, a számítógép alapú egyéni feladatok, játékok és esettanulmányok.

Az X és a korábbi generációk közti szakadék azonban nemcsak a kornak és a technológiának tudható be, hanem a változó társadalmat is visszatükrözi. Az 1960 és 1979 között születetteknek radikálisan más az élettapasztalata, mint az előző generációnak, és az élettapasztalatok alakítják a tanulási módot (Csehné, 2004).

Mivel úgy nőttek fel, hogy mindkét szülő dolgozott/tanult, hozzászoktak, hogy maguk csinálnak mindent, így független problémamegoldók és proaktívak. Támogatást és visszajelzést kérnek, de nem szeretik, ha ellenőrzik őket. Jól kiigazodnak a számítógépek világában és az internetes gyors hozzáférést kedvelik, valamint a CD-ket és az internetet használják információforrásként.

Az X generáció élethosszig tanul a piacképes tudás megszerzéséért. Nem tervezik, hogy a legelső cégüktől mennek nyugdíjba, és amikor új munkahelyet választanak, fontos számukra a továbbtanulás lehetősége a cégnél, valamint a tréningek.

Caudron (1997) az alábbi oktatási technikákat javasolja az X generáció esetében.

Fókuszáljunk a technológia helyett az eredményre: segítsünk a hallgatóknak abban, hogy az információt fel is használja: ne csak tudjon valamit, hanem csináljon is valamit.

Tegyük a tanulást tapasztalativá: vonjuk be a hallgatókat a szerepjátékba és a csoportos tanulás élményébe, hiszen más szemszögből láttatja a dolgokat, számos eltérő perspektívát ad, kitágítja a tanulók gondolkodásmódját és a tanulás új formáit nyújtja.

A tanulók hadd ellenőrizzék saját maguk a tanulást: adjunk nekik lehetőségeket nemcsak a tanulás tartalmára és folyamatára vonatkozóan, hanem a tréningek helyére és időpontjára is. A tanulók rugalmasságot és autonómiát kérnek a tanulás folyamatában, pl. ők szeretik eldönteni az oktatási anyag formátumát is (videó vagy CD stb).

Tiszteljük a diákok képességét a párhuzamos gondolkodásra: ne feledjük, hogy ők már a számítógépen nőttek fel, így gyorsan feldolgozzák, leszűrlik a lényegét és több gondolatra is figyelnek egyszerre (táblázat, fotó, kép, grafika, rajz stb.)

Emeljük ki a lényegét: figyeljünk az oktatási anyag formájára is. A hallgatók inkább szörfözni szeretnek az interneten és átfutni az anyagot, mint olvasni vagy nézni. Gyorsan mozognak egyik pontról a másikra, és céljuk a minél gyorsabb információszerzés. „Elvégre az MTV-n, számítógépes játékokon és a digitális információn nőttek fel, míg mi a ponyván” (Wagschal 1997, p. 25).

Motiváljuk a tanulást: engedjük a hallgatókat, hogy megteremtsék saját maguk tanulókörnyezetét és szerephez jussanak tanulási céljaik kitűzésében és értékelésében. Jobb, ha ők döntenek el, melyik stratégia motiválja őket a legjobban.

Szolgáljunk kihívással: legyenek olyan projektek részesei, amelyek új készségeket igényelnek és a már meglévők használatát új helyzetekben.

Az Y generáció jellemzői és oktatási stratégiája

Az Y generáció a netes generáció, vagyis a következő nagy nemzedék, akik 2000-ben vagy azután fejezték be középiskolai tanulmányaikat. Egyéb elnevezések: netes generáció, az ezredforduló generációja, bumeráng generáció (újra hazatérnek az iskolák elvégzése után), Peter Pan generáció (hosszabb idő alatt nőnek fel).

Az Y generációt a bizonytalanság jellemzi, hisz olyan eseményeknek voltak tanúi, mint például a 2001. szeptember 11-i terrortámadás, a terrorizmus veszélye, globalizáció, recesszió, iskolai erőszak. Ezért szüleik kissé túlságosan is védelmezték, óvták őket mindentől, beléjük sulykolva azt, hogy ők egyediek, speciálisak.

Optimisták, pozitívak, asszertívak, morális egyének, ún. „fedélzeti babák”, hiszen szüleik biztonságban, szerető családi körben nevelték fel őket. A tinédzserkori teherbe esés, bűnözés, drog- és alkoholhasználat szintje drasztikusan lecsökkent náluk. A számítógéppel és az internettel együtt nőttek fel, így az informatika a kisujjukban van (Eisner, 2005). Azonnali (de nem negatív) visszajelzést követelnek munkájukról, mivel hozzászoktak a napi 24 óra/hét információs hozzáféréshez (Csehné, 2011; Csehné, Molnár, 2016; Csehné, Szabó, Schwarczová, Hajós, 2017).

Ez a generáció a csoportos feladatokat, projekteket részesíti előnyben és gyakran nehézsége támad az egyéni gondolkodásmóddal (Erickson, 2008). Általában rövid ideig tudnak figyelni, viszont „be vannak drótozva”, azaz heti 7 nap, a nap 24 órájában elérhetőek online.

A csapatmunkát szeretik, amely igazi, valós élményhez köthető. Szeretik a „próba-szerencse” helyzeteket is. Kereteken kívül, innovatívan gondolkodnak, ellentétben a hagyományos olvasásra és előadások meghallgatására alapuló tanulási technikák helyett. Mivel csoport orientáltak és erősen vizuálisak, szeretik a közösségi oldalakat, a csoportmunkát/projektet, multimédia környezetet, és mivel

egyszerre több dolgot csinálnak, a strukturált környezetet részesítik előnyben (Hendy, 2014).

Sajátos tulajdonságaiknak köszönhetően pozitívan és negatívan is hatnak a tanulás folyamatára. Ami biztos, hogy nem mérhetőek a többi, előző generációhoz, és a különbségek nem szükségszerűen gyengeségek is. Amikor őket oktatjuk, az alábbi hívószavakra emlékezzünk: (1) interaktív oktatás technikai eszközökkel, (2) professzionalizmus, (3) mentorálás, és (4) folyamatos kommunikáció, visszacsatolás.

Az interaktív oktatás magába foglalja a szimulációt a csoportos megvitátást. A gyakorlatias tartalom túl az azonnali visszacsatolás kulcsfontosságú (Herbison-Boseman, 2009). Az előadásokat színezzé az oktató multimédiás prezentációkkal, vagy hozzon vendégelőadókat és vitassanak meg konkrét eseteket a közönség bevonásával. A generáció tagjainak természetes az egyszerre többfelé figyelés (multitasking), és nem értik, miért udvariatlan az, ha az osztályteremben óra közben a figyelés mellett mással is foglalkoznak.

Az Y generációt gyakran lustaként, alulmotiváltként és önzőként írják le (Espinoza et al, 2008) holott egyszerűen csak a munka-magánélet egyensúlyára törekednek, azaz nem a munka az első számukra. Ők nem olyan szervezetet keresnek, amelyhez ők illenek, inkább azt nézi, hogy az a szervezet hogyan illeszthető be a magánéletükbe.

A generáció tagjai közeli kapcsolatot létesítenek és tartanak fenn a tanárokkal, és gyakran szülőként tekint rájuk. Szeretik úgy érezni, hogy személyesen foglalkoznak mindegyikükkel. Kedvelik, ha az oktató megközelíthető, közvetlen, támogató, jó kommunikátor és motivátor. A túl közeli, baráti kapcsolat hátulütője, hogy privát, sokszor sokkoló információt is megosztanak baráti, közvetlen hangvételben. Véleményüket, benyomásaikat és visszajelzéseiket a szervezeti hierarchia tisztelete nélkül is megteszik.

Az Y generáció azonnali és világos visszacsatolást kér, hogy tudja, mit csinál jól vagy rosszul. Ugyanakkor a negatív véleményt, a kritikát rosszul tűrik, hisz szüleik azt mondják

nekik, hogy csodálatosak. Épp ezért gyakran gondjuk akad a problémamegoldással, a hibák elfogadásával és a hibákból való tanulással, valamint a reális elvárásokkal. Ahhoz, hogy az Y generációval sikeresen együtt tudjunk működni, rugalmasságra és alkalmazkodásra van szükség. Világos szabályok kellenek és az üzenetnek félreérthetetlennek kell lennie.

Fő céljuk a későbbi munkahely kiválasztásánál az, hogy szakmailag tovább fejlődhessenek, kényelmes, meghitt legyen a munkahelyi légkör és rugalmas a munkaidő (Linguist 2008).

Sandars és Morrison (2007) kutatása rávilágít arra, hogy mennyire kiélezettek a technológiai eszközökre és hiszik, hogy a wikik, a blogok, azonnali üzenetek, YouTube videók és a csevegő fórumok igenis hasznosak az iskolában. Oblinger (2003) hozzáteszi, hogy ez a generáció azonnali információt keres és a könyvek helyett az internetről és a videókból tanul meg mindent és szerez információt-így nő az online kurzusok népszerűsége is.

Julie Coates, a *Generational Learning Styles* (2007) című könyv szerzője az alábbi tippekkel szolgál az Y generáció oktatása kapcsán:

1. Legyen előadásunk jól megszerkesztett, mert ők rendszerekben gondolkodnak.
2. Használjunk olyan stratégiát, amely a társas interakciót és a másokkal történő kapcsolatfelvételt igényli.
3. Legyünk világosak és pontosak, magyarázzuk el, mikor mi a feladat.
4. Adjunk visszacsatolást, mely megerősíti őket abban, hogy a helyes irányba haladnak-e. A tanárok és a társak pozitív megerősítése, visszacsatolása ösztönzően hat rájuk.
5. Vegyünk igénybe technikai eszközöket a változatosság, stimulálás és az információhoz való hozzáférés kedvéért, hisz ez a generáció mindenhez technikát használ.

Prensky (2001) ezért is alkotta meg a „digitális bennszülött” kifejezést az Y generáció kapcsán, hisz ők egy olyan korban éltek, amelyben az Internet, a világháló is megszületett. Velük szemben a korábbi generációkra Black (2010) „digitális

bevándorlóként” utal. Az oktatásban a két generáció áthidalása komoly kihívást jelent.

Black (2010) szerint a hagyományos oktatási módszereket az Y generáció tagjai unalmasnak találják. Viszont a történetek, esetek és metaforák segíthetnek abban, hogy a hallgatók figyelme az átlagos 10-20 percnél tovább tartson.

Az egyik tipikus, hallgatóságot bevonó stratégia a Lyman-féle „Gondolkodj-Párosítsd-Oszd meg” („Think-Pair-Share”). A tanárok feltesznek egy kérdést és hagyják, hogy a hallgatók önállóan, egyedül gondolják végig a megoldást, választ, majd párokat alkotnak és összevetik gondolataikat. Végezetül a tanár felszólítja őket, hogy osszák meg a többiekkel azt, hogy mire jutottak.

Angelo és Cross (1993) például az „Egyperces esszé” módszerrel arra kéri a hallgatókat, hogy válaszoljanak egy kérdésre. Ennek egy változata az „Egyperces összegzés”, melynek során a hallgatók az óra egészét, vagy annak egy részét összegzik egy nyelvtanilag helyes mondattal.

Visszatérve Coates első tippjére, jól használható az Y generáció tagjainak esetében az ún. vezérfonal, vázlat is, amely a kurzus minden moduljának végén (fejezet, lecke stb.) egy útmutatóval szolgál, amely tartalmazza a címet, a tanulási célt, kimenetet, forrásokat (kötelező és ajánlott), tevékenységeket, tesztkérdéseket és értékelést.

Nagyon fontos a vizualizáció is esetükben, hiszen az átlagos diák 10%-ára emlékszik annak, amit olvasott, míg a látottak 20-30%-át tudja felidézni. Az X és az Y generáció tagjai egyaránt számítógépes játékokon, televízión és multimédiás prezentációkon nőttek fel. A csak szövegből álló források általában népszerűtlenebbek, mint a képekben gazdagabbak. Ennél is jobb ötlet az online oktatás vagy útmutatás, amely bemutatja a keresési technikát.

Most foglaljuk össze röviden az X és Y generáció általános és közös jellemzőit Salt (2011) alapján:

- egyénként kell kezelni őket
- szeretnek részt venni a csoportos döntéshozatalban

- mindig kapcsolatban maradnak az oktatóval
- a csoportos interakciót kedvelik
- nem szeretik a passzív információszerzést
- szórakoztatni kell őket
- azt szeretik, ha a kurzusnak van gyakorlati haszna és kapcsolódik a való világhoz
- friss, naprakész információt kérnek és
- piacképes készségeket, képességeket várnak el a kurzustól.

A Z generáció jellemzői és oktatási stratégiája

Végezetül vizsgáljuk meg a jövőendő nemzedék, a Z generáció jellemzőit és azt is, hogy hogyan, milyen módszerekkel motiválhatjuk majd őket.

Manapság az iskolapadban már a Z generáció tagjai ülnek. A Z-generáció tagjai a legtöbbet tanulnak, a legkisebb családban élnek és nekik van a legidősebb édesanyjuk. Mivel internetes közösségekben szocializálódnak, a tanár nem ismerheti azt a közeget, ahol gyerekként, fiataalként ők “élnek”, és felnőnek. A mobil eszközöket is használva gyakorlatilag a “folyamatosan kapcsolódó” üzemmódban vannak, szó szerint “éjjel-nappal a neten lógnak.” A Z-generációsok sokszor türelmetlenek, kevésbé motiváltak, „érzelmi inkontinencia” jellemzi őket. Megküzdési stratégiájuk az azonnali megosztás, a társas támasz, a magánélet határainak kitágulása (Half, 2015).

Akkor lehet velük együttműködni, ha mindezt figyelembe vesszük, és elfogadjuk, mint a korosztály sajátosságait, és ha *bevonjuk* őket a döntéshozatalba, sok *visszajelzést* adunk azonnal, hogy az “én csinálom” élmény megjelenjen, ők alakíthassák az munka tárgyát, használjuk az korszerű infokommunikációs eszközöket és őket is hagyjuk ezeket használni. Sok vizuális elemet használunk az oktatásban, munkában, és interaktív és érdekes módon tanítjuk, irányítjuk őket (Tari, 2011)

Szeretnek és tudnak is tanulni, s bár lételemük a fejlődés, de ezt strukturált és irányított formában szeretik. Az „edutainment” –

szórakoztatva tanítás és a „gamifikáció”- játékosítás a két kulcsszó az oktatásukban (Tari, 2011).

Kutatások^{1, 2} alapján hat pontba foglalhatjuk össze a Z generáció eltéréseit, különbözőségeit a többi generációtól.

1. Inkább kockázat minimalizálók, mint kockázattűrők. Szeretnek kedvenc kütyüjük és szeretteik (főleg a szülők) közelben maradni. Az alatt a kevés idő alatt, amit odakint töltenek, felnőttek által strukturált tevékenységet végeznek. Egyetértenek a szülőkkel abban, hogy a kinti világ nem elég biztonságos, így inkább gépeken játszanak odabent és össze vannak kötve barátaikkal online. A pénzt inkább összegyűjtik, nem költik el. Alkohol tekintetében absztinensek, a kábítószer-fogyasztás nem jellemző rájuk és kevesebbet balhéznak az iskolában.
2. Túl gyorsan nőttek fel és nem is nőttek még fel igazán. Az Internet óta ők az első generáció, így számukra a komputerezált technológia a világ. Szüleiknél és tanáraiknál is jobban értenek a számítógépekhez, gyorsabban és könnyebben elmagyarázzák a dolgokat. Sok szülő az appokról először gyermekétől hall, sőt gyakran együtt is játszanak a gépen. A Z generáció tagjai 20-as éveikig vagy aztán is szüleikkel élnek, mert egyrészt szeretik a családi hangulatot, másrészt spórolnak, mert a bérleti díjak igen magasak.
3. A Z-ket az önbizalom és az önértékelés magas szintje jellemzi. (Mészáros-Kollár, 2016) Azt hiszik, hogy különleges képességeik vannak.
4. A társas interakciót jobban kedvelik a passzív receptivitásnál (elfogadásnál). A Z generáció tagjai sokkal kevésbé tolerálják, ha kioktatják vagy leszidják őket, mint a többi generáció. A könyveket nem számúzik egészen, mivel művelt szüleik korán megismertették őket az

¹McCrindle, <http://generationz.com.au/>

² <http://millennialbranding.com/2014/geny-genz-global-workplace-expectations-study/>

olvasással és születésük óta fel is olvastak nekik, azonban jobban szeretik a többfunkciós kütyűjeiket és a weboldalakát, app-okat és a közösségi oldalakat, ahol interaktívan alkothatnak szöveget, képet, hangolt, vagy ezek kombinációit.

5. A Z generáció tagjai jobban tűrik az információ-és adatáradatot, és a hozzáférési sebesség nagyon fontos számukra.
6. A formális végzettség, iskolázottság és a szükséges kompetenciák közti szakadék aggasztja őket. Tudják, hogy az egyetemi diploma többé már nem nyújt biztos állást, és ez aggodalommal tölti el őket. Tudják azt is, hogy a jól fizető, értelmes, állandó teljes állás egyre valószínűtlenebb, sajnos még a szüleik számára is. Rugalmasak azt nézve, hogy hol, mikor és hogyan dolgozzanak, de ugyanezt várják el munkaadóiktól is. Sokan közülük vállalkozói készségeket is demonstrálnak.

A csapatmunka számukra örömteli és motiváló. Hozzászoktak, hogy mindent gyorsan megtalálnak, így gyakran a tanár tempója lassúnak tűnhet számukra. A rugalmasság náluk is fontos, akárcsak az Y generációnál. A hagyományos információforrásokat kevésbé használják és kevésbé türelmesen várnak magyarázatra is.

A tanárnak viszont itt is nagyon fontos a figyelemfelkeltő és fenntartó szerepe.

S hogy milyen egy jó tanár? Mikor köti le a figyelmet?

Az általános tanári- és személyiségkompetenciák egy részét az

1. táblázat foglalja össze.

1. táblázat: Néhány legfontosabb tanári- és személyiségkompetencia összefoglalása

fejlett érzékenység	igényesség	motivációs kultúra
pozitív légköralakítás képessége	önismeret	szociális interakciók szabályozása
empatikus képesség	önértékelés	csoportok összefogásának, vezetésének képessége
tolerancia a környezet iránt	önfejlesztés	pszichológiai érzék
együttműködési készség	teljesítmény motivációs preferenciák	rugalmasság
tárgyilagosság, higgadság	autonóm cselekvés	konfliktuskezelés

Forrás: saját szerkesztés Pais (2011) alapján

Az érzelmi közelítéssel, más módon történő motiválással, a személyességgel és új oktatási módszerek (internet, multimédia alkalmazása, projektek, számítógépes módszerek, játék, szimuláció, kompetitív módszerek (versenyeztetés)) használatával jó eredményeket érhetünk el.

Személyes tapasztalatok

Több évtizedes oktatói tapasztalatom alapján személyesen én is érzékelem a különbségeket a generációk (az X és az Y) (nyelv-) oktatásában. Különbségek tehát igenis léteznek! A Z generáció tagjaival találkozunk ma már a felsőoktatásban is...

Amíg az X generáció hajlandó (volt) monológokat, hosszabb szövegeket is megtanulni kívülről és szeretik a csak szöveges feladatokat, valamint a drillszerű típusfeladatokat is egy szerkezet begyakorlására, addig az Y generáció figyelmét sokkal nehezebb lekötni. A Z generáció tagjai egyértelműen az infokommunikációs, IKT-s eszközökre nyitottak. Egyszerre több dologgal is vannak elfoglalva, imádják a pármunkát, a

csoportos feladatokat és a prezentációt is. Az órákat legtöbbször az internetről leszedett feladatokkal, anyagokkal, YouTube videókkal lehet érdekesebbé tenni és sokszor a tradicionális, konvencionális óra határait is feszegetni kell. A büntetés helyett a jutalmazás előtérbe helyezése természetesen mindkét generáció tagjainál jobban működik.

Zárszó helyett...

A Z generáció változásokat fog elindítani a munka világában is. A digitális nemzedék alacsony létszámának köszönhetően a munkaerőpiac jelentős mértékben átalakul majd, hisz a munkaerő-kínálat csökken, míg a kereslet nő. Jelenleg a Baby boom, az X, illetve az Y generáció van jelen a munkaerőpiacon (Németh, 2015). A Baby boom generáció tagjainak nyugodtabb volt a társadalmi és gazdasági helyzete, mivel akkor még fix munkaórát dolgoztak és a vezetőséget személyesen ismerték. Az X generáció tagjai már megismerték a munkahelyi szorongást, mint a multikulturális környezet velejáróját. Az Y generáció már nem akar a hét minden napján 24 órában készenlétben állni és nagyobb vágyat éreznek a családi munkahelyi légkör iránt. “Ha a Z generációt ugyanúgy oktatjuk, ahogyan eddig tettük, az nagy veszélyt rejt magában. A tantárgyak, tananyagok, tankönyvek, pedagógiai módszerek, az oktatás formái, stb. mind nem az új igényekre vannak szabva” (Tari, 2010). Már az Y generáció is elutasítja a hagyományos, poroszos formát és igényli az interaktivitást és a technikai eszközök használatát. Sajnos jelenleg is a mindennapi boldoguláshoz szükséges készségek, képességek és tudás, valamint a jelenleg oktatott tananyag között óriási a kontraszt és a szakadék. Ennek következtében sokan nehezen tanulnak, míg mások a munkaerőpiacra kilépve jönnek rá, hogy annak idején sok felesleges dolgot kellett megtanulniuk. Ugyanakkor mindez nagy lehetőségeket is hordoz magában: a változást az oktatási szemléletben a fiatal (Y vagy X) generáció szakemberei hozzák majd meg. és nagyon fontos tanulság, hogy a tanárok – bár többször kikerülhetnek a komfortzónájukból a fiatal generációk

tanítása közben - számukra is a fejlődés lehetőségét rejti, ha figyelnek a generációs különbségekre (Mészáros, 2017).

Irodalomjegyzék

- Angelo, TA.- Cross, KP.(1993): Classroom Assessment Techniques: A Handbook for College Teachers. 2nd ed. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Black A. (2010): Gen Y: Who they are and how they learn. Educational Horizons. 88(2).
- Caudron, S. (1997): "Can Generation Xers be Trained?" Training and Development 51, No. 3 March, pp.20-24.
- Csehné Papp I. (2004): Közgazdaságtan tantárgy. In: Új módszerek a felnőttképzésben, (szerk. Suhajda Cs.) Kontakt Alapítvány, Nemzeti Felnőttképzési Intézet, Budapest, pp. 66-88.
- Csehné Papp I. (2011): A társadalmi-gazdasági kihívásoknak való megfelelés érvényesítése az agrárszakképzésben. In: A református tanítóképzés múltja, jelene, jövője, (szerk. Pinczésné Palásthy I.) Kölcsény Ferenc Református Tanítóképző Főiskola, pp. 178-181.
- Csehné Papp I., Molnár K. (2016): Vágyvezérelt munkakeresés vs. foglalkoztathatóság? A Z generáció munkaerő-piaci ismeretei, elképzelései és motivációi. XIX. Apáczai-napok. Tudományos Konferencia. Tanulmánykötet: Gondolkodási struktúrák és kreativitás. Győr, 2015.10.21-2015.10.22. Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar, pp. 29-37.
- Csehné Papp I., Szabó K., L. Schwarczová, Hajós L. (2017): Očakavania a predstavy „Z” generácie univerzitných studentov od thru práce. (EXPECTATIONS AND VISIONS OF „Z“ GENERATION OF UNIVERSITY STUDENTS IN RELATION TO THE LABOUR MARKET). *Acta Oeconomica Universitatis Selye* 6: (1) pp. 23-38.
- Coates, J.(2007) : Generation Y — The Millennial Generation. Generational Learning Styles. River Falls, WI: LERN Books.
- Eisner, S. P. (2005): Managing Generation Y. SAM Advanced Management Journal 70 (4): 4–15.

- Erickson, T. (2008): *Plugged in: The Generation Y guide to thriving at work*. Boston: Harvard Business Press.
- Espinoza, C.-Ukleja, M.-Rusch, C. (2008): *Managing the Millennials*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons; 2010. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Half, Robert (2015) *Get ready for Generation Z*, [on-line], elérhetőség:
https://www.roberthalf.com/sites/default/files/Media_Root/images/rhpdfs/rh_0715_grph_1330x3433_genzinfographic_usa_eng_sec.pdf Letöltés ideje: 2017.03.20.
- Hendy, N. (2014): *Gen Y in the Workplace*, *Quest Kudos Magazine*, Autumn, p.26.
- Herbison, G.- Boseman, G. (2009): Here they come—Generation Y: Are you ready? *Journal of Financial Service Professionals* 63 (3): 33–34.
- Hornblower, M. (1997): "Great Xpectations." *Time* 129, no. 23 (June 9): pp.58-68.
- Linguist, T. (2008): *Recruiting the Millennium Generation: The new CPA*. *The CPA Journal* 78 (8): pp. 56–59.
- Mészáros A: (2014) Személyiségpreferenciák az oktatásban in.: Heltai Pál , Pusztai Varga Ildikó , Veresné Valentinyi Klára , Buzásné Mokos Boglárka , Csillag Andrea , Mészáros Aranka , Mudriczki Judit , Spiczekné Bukovszky Edit , Halászné Králik Ágota: *Szaknyelv és szakfordítás Tanulmányok a szakfordítás és a fordítóképzés aktuális témáiról* Szent István Egyetem 2014 pp. 64-71.
- Mészáros Aranka, Kollár Péter (2016): *Különböző generációk munkaérték vizsgálata* In: BKIK GSZT (szerk.) *Megújulás és fenntarthatóság* Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara, pp. 70-80. (ISBN:978-963-89734-3-6)
- Mészáros Aranka(2017) *A Te életed, te felelsz érte!* In: Lakatosné Szuhai Györgyi , Poór József (szerk.) *Tudatos életvezetés - Projektszemlélet a magánéletben* . 629 p. Győr: Publio Kiadó, 2017. pp. 175-200. (ISBN:9789634432944)
- Németh A., (2015) *Generációs kapcsolatok*, HR Plusz p. 44-46

- Newmann, F. M. et al (1995): "Authentic Pedagogy: Standards that Boost Student Performance." Issues in Restructuring Schools. Issues Report No. 8. Madison, WI: Center on Organization and Restructuring of Schools (ED 390 906).
- Oblinger, D. (2003): Boomers, Gen-Xers, and Millennials: Understanding the new students. Educause Review 38 (4): 37–47. net.educause.edu/ir/library/pdf/ERM0342.pdf
- Prensky, M. (2001): Digital natives, digital immigrants. On the Horizon 9 (5): 1–6.
- Salt, B. (2011): *The Big Tilt: What Happens When the Boomers Bust and Xers and Ys Inherit the Earth* (Melbourne: Hardie Grant)
- Sandars, J.- Morrison, C. (2007): What is the Net Generation? The challenge for future medical education. Medical Teacher 29 (2/3): 85–88.
- Smith R. (2008): Conquering the Content: A Step-by-Step Guide to Online Course Design. SanFrancisco, CA: Jossey-Bass.
- Tari, A.: Y generáció: klinikai pszichológiai jelenségek és társadalomlélektani összefüggések az információs korban, Jaffa Kiadó, Budapest, 2010
- Tari, A.: Z generáció. Tericum. 2011.
- Wagschal, K. "I Became Clueless Teaching the GenXers." Adult Learning 8, no. 4 (March 1997): pp. 21-25.
- Internetes források:
- <http://blog.namesztovszkizsolt.com/wp-content/uploads/2009/10/TanitasEsTanulasAVirtualisTerben.pdf> Letöltés ideje: 2017. február 13. 22:54
- <http://www.cvonline.hu/blog/2011/hirek/jon-a-z-generacio-kik-ok-es-mit-akarnak/1145> Letöltés ideje: 2017. március 12. 11:44
- <http://moderniskola.hu/2015/03/hogyan-banjunk-a-z-generacio-tagjaival/> Letöltés ideje: 2017. március 13. 22:52
- Strategies for Reading Comprehension: Think-Pair-Share. Reading Quest. <http://www.readinquest.org/strat/tps/html>

Letöltés ideje: 2017. február 13. 22:22

http://www.szecsoiskola.hu/gyuri/szakirodalom/generacios_kihivasok_a_szakmai_tanarkepzesben.pdf

Letöltés ideje: 2017. március 13. 14:25

GENERÁCIÓS KÜLÖNBSEGEK AZ INFOKOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK HASZNÁLATÁBAN, AZ OKTATÁS OPTIMALIZÁLÁSA AZ ÚJ IGÉNYEKHEZ

Jekkel Dániel - Jekkel Orsolya

Szent István Egyetem
daniel.jekkel@gmail.com, orsolya.jekkel@gmail.com

Absztrakt

Tanulmányunk célja annak bemutatása saját vizsgálatunk tükrében, hogy milyen különbségek vannak a generációk között az infokommunikációs eszközök használatában, illetve ezen kutatásaink alapján milyen igényei vannak a mai diákoknak az oktatási módszerek használatára vonatkozóan. A fiatalabb generáció jártasabb a technológiaiilag magasabb szintű „kütyük”, az idősebbek pedig a hagyományos kommunikációs eszközök használatában. Egyik sem jó vagy rossz, minden generáció értékes, csak máshogyan. Cikkünkben ötletet adunk az oktatás „okosítására” is, ami elengedhetetlen ahhoz, hogy fenntartsuk a fiatalok érdeklődését.

Kulcsszavak: generáció, infokommunikáció, eszköz, okostelefon, „okosítás”, technológia, különbség, kommunikáció

Bevezetés

„Ezt, hogy kell? Mi ez? Miért villog ez itt? Megint sípol valami vírusirtó!” Ilyen és ezekhez hasonló felkiáltásokkal a mai fiatalok nap, mint nap találkozhatnak, amikor az idősebb generációk képviselői új technikai problémával szembesülnek. A mai világban rohamosan gyorsul a technika fejlődése. Az infokommunikációs megoldások mára olyan szintet értek el, hogy akár úgy is dolgozhatunk tőlünk több ezer km-re lévő kollégánkkal egy közös projekten, hogy miközben beszélgetünk, a testi kontaktust leszámítva minden körülmény adott ahhoz, hogy közel érezzük magunkat, mintha egy

légtérben lennénk a munkatársainkkal. Az ilyen technikai vívmányok azonban csak azok számára követhető, akik nap, mint nap figyelik a legújabb programokat, alkalmazásokat, számítástechnikai eszközöket, sőt, sokszor már ők sem mindig tudják követni, hogy mi mindenre képesek ezek az eszközök. A fiatalabb, a szociológusok által Y-nak nevezett generáció számára teljesen megszokott az, hogy ha egy idegen szót nem ért, akkor pillanatok alatt az interneten utána néz, míg az idősebb, pl.: az Y generációsok szülei, a Baby boom generáció képviselője valószínűleg egy szótárt hív segítségül, hogy abból kapjon információt az idegen szó jelentését illetően. Sok olyan fajtája van az infokommunikációs eszközöknek, melyek az idősebb generáció számára átláthatatlanok, idegesítőek és sokszor félelmetesek is, hiszen néha azt gondolják, hogy „minden ablak, ami felugrik a számítógépen, az vírus”. Nem csoda, ha sokszor nem értik, hogy a fiatalok miről beszélnek, amikor pl. a Dropboxon osztják meg barátaikkal a dokumentumaikat.

Napjainkban egyre nagyobb jelentőséget kap a különböző életkorú emberek közti különbségek kutatása. Mindennek az oka feltehetően az, hogy az újabb és újabb generációk egyre élesebben elkülönülő magatartási,- és személyiségjegyeket hordoznak, melyek sokszor ellentétesek is lehetnek egymással, mely különbözőségek a társadalmi együttélést igen csak megnehezíthetik, főként ha nem tudjuk megfelelően kezelni őket. Mindezek a munka világában is megnyilvánulnak (Csehné, 2011; Csehné, Molnár, 2016; Csehné, Szabó, Schwarczová, Hajós, 2017).

Ezek alapján érdemes megvizsgálni azt, hogy mi jellemző a különböző generációkra, s pl. hogyan hidalható át a szakadék a jelenlegi huszonévesek és szüleik nemzedéke között? Kiemelt jelentőséget kap ezeknek a különbségeknek a vizsgálata az oktatási intézményekben, ugyanis ha a tanulók azt érzékelik, hogy a pedagógusok nem haladnak velük a divatos „okos” eszközökkel, alkalmazásokkal, akkor egyre inkább el fogják

veszíteni a motivációjukat az órákon való odafigyeléstől és helyette az okos eszközeiket fogják nyomkodni.

A generációkról általában

A web 2.0 megváltoztatta a mai gyerekek életét. Don Tapscott (1997) és Marc Prensky (2001) amerikai társadalomkutatók vázolták fel elsőként egy új nemzedék a netgeneráció, vagy más szavakkal a digitális generáció megjelenését.

McCrindle és Wolfinger (2010) definíciója alapján a *generáció* nem más, mint: „*olyan személyek csoportja, akik ugyanabban a korszakban születtek, ugyanazon időszak formálta őket, és ugyanazon társadalmi jellemzők voltak hatással rájuk, egy azonos életkor és életszakasz, létfeltételek, technológia, események és tapasztalatok által összekapcsolt csoport*”, azaz egy adott időszak meghatározó eseményei és körülményei alakítják az abban az időszakban felnőtt generációt (Ferincz, 2012)

Az eltérő generációk közt rengeteg különbség van: máshogy öltözködnek, másban hisznek, máshogy szórakoznak, máshogy viszonyulnak a többi emberhez és az élet nagy kérdéseire is másként adnak választ és mások a munkaértékeik is (Mészáros-Kollár, 2016). Az elmúlt évek óriási technikai fejlődései életre hívtak egy másik fontos különbséget is. Az újabb, fiatalabb generációk az új szerkezetekkel, technológiákkal nőttek fel, számukra már nem kérdés, hogy használják-e őket. Természetes számukra az, hogy ha valamit nem tudnak, megnézik az interneten. Ha eltévednek, nem a térképet bújják, mint szüleik, hanem beírják az okostelefonjukba, hogy hova szeretnének menni és néhány másodpercen belül már azt is tudják, hogy mikorra érnek oda és, hogy éppen milyen idő van ott.

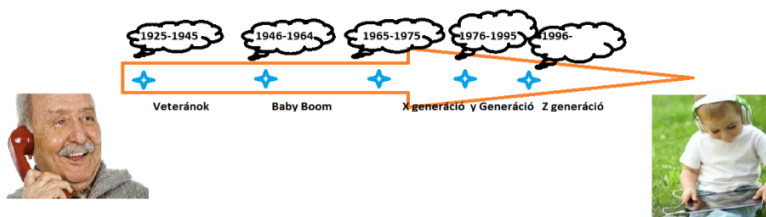
Tóth – Mózer Szilvia egy 2010-ben az ELTE-n megrendezésre kerülő konferencián konkrét konfliktus lehetőségekről beszélt azzal kapcsolatban, hogy tanárok és a diákok között milyen különbségek észlelhetők, ez az előadás is a generációk közötti eltérésekről szólt konkrétan:

- A tanulók gyorsan szeretnék információkat szerezni az informatika eszközei által nyújtott lehetőségeket kihasználva
- Az új nemzedék tagjai számára nem jelent nehézséget egyszerre több dologra kevésbé mélyrehatóan koncentrálni, ezzel szemben a tanárok kedvük szerint egy dologgal foglalkoznak, azzal alaposan
- A tanulók manapság sokkal jobban kedvelik a hang, illetve kép általi tanulást, ezzel szemben a tanárok a szöveg általi tanítás és tanulás hívei
- A fiatalok jobban szeretnek véletlenszerűen hiperlinkek által információkat keresni, ezzel szemben a tanítók a lineárisan, logikusan kidolgozott, részekre felosztott tananyag átadására törekednek
- A diákok szeretik azt, ha tanulás közben a szimultán felhasználókkal kapcsolatot tudnak kialakítani, ezzel szemben a tanítók az önálló, egymástól független tanulásra törekednek (Tóth-Mózer, 2010)

A különböző generációk jellemzői

A generációk leírásánál Tari Annamária a Z generáció, illetve az Y generáció című könyveire támaszkodtunk. Ezekben a könyvekben találoztunk a számunkra nagyon érdekes különböző generációk felosztásával.

1. ábra: Generációs felosztások



forrás: Tari Annamária, (2010): Y generáció alapján Jaffa Kiadó

Veteránok

Ezen megnevezés alatt az 1925 és 1945 között születetteket értjük. Ők már a munkaerőpiacnak nem aktív tagjai, és mindössze *egy-két munkahely* határozta meg az életüket. Az ő társadalmukban az emberek még tisztelték egymást, erőteljesen érvényesült az alá-fölérendeltségi viszony. Az egyének között felfedezhető volt a távolságtartás és a nők és a férfiak az alapvető szerepüknek megfelelően, a háztartásról és a gyerekekről gondoskodtak, illetve dolgoztak. Jellemző volt rájuk a lojalitás és a tőlük átvett szokások, értékrendek valamint a hozzáállásuk még mindig alakítja a mai munkavállalók munkához kapcsolódó viszonyát (Tari, 2010)

Baby boom generáció

Tari Annamária Y generáció című könyvében az 1946 és 1964 között születetteket sorolja ebbe a generációba, ők a *demográfiai robbanás gyermekei*. Ezen belül két részre osztja őket. Az első csoport az 1946 és 1955 között születettek. Ez a korcsoport igaz, hogy lassan már nyugdíjba vonul, de még mindig jelen van a munkaerőpiacon. Rájuk jellemző, hogy az életük során rengeteg változás történt a világban. Számukra a legfontosabb értékek az emberiesség, a kapcsolatok, a tisztesség és a szeretet.

A másik korcsoport tagjai a Baby boom generáción belül az 1956 – 1964-ig születettek. Náluk tapasztalható egy *általános kiábrándultság, kevesebb optimizmussal és általános cinizmussal* tekintenek a világra. (Tari, 2010) Ezek az emberek még jelen voltak a szocializmus építésében és ez rányomja a bélyegét az életfelfogásukra is. Számukra még volt jelentése olyan kifejezéseknek, mint a *munkahely tisztelete*, vagy a poroszos *tekintélyelvűség*. A rendszerváltás előtt ők egy jól megszokott nyugalmas és biztonságos munkaerőpiacon belül tevékenykedtek, ami rövid időn belül semmivé lett. A digitális robbanás már felnőtt korban érte őket utol, ebből következően nem határozza meg az életük egészét, de használják. Sokaknak komoly lelki problémákkal, szorongással kellett megküzdeniük,

mire újra létre tudták hozni az önmaguk, a munkaerőpiac számára „értékesíthető” formáját. (Tari, 2010)

X generáció

Ezek az 1965-1975 között születettek már úgy nőttek fel, hogy közben a saját bőrükön érzik, hogy *fontos a megmérettetés és hogy igazából mindenki csak magára számíthat.* Az X-generáció munkavállalása során a természetes munkahelyi közeget a multinacionális cégek világa adja. Az X generáció képviselője már *részesen az információs technológia robbanásszerű fejlődésének*, látta azt, ahogyan a számítógép felváltotta az írógépet, ugyanakkor szívesen ír kézzel, valamint telefonál az elektronikus levelezés helyett (Szarka, 2012).

Y generáció

Nehéz egyértelműen behatárolni az életkort, általában az 1976-1995-ös korosztály sorolják ide. Tari Annamária (2010) Y generációnak nevezi azt a nagyjából harminc év alatti korosztályt, amely már beleszületett a fogyasztói társadalomba, és amely számára *„a technikai eszközökön keresztül való érintkezés az emberi kommunikáció természetes formája.* Az Y-generáció tagjai *egyszerre élnek a virtuális és a valós létben.*” Az intimitást, a barátságot, a párkapcsolatot teljesen másképp élik meg, mint az előző generációk, s ez sok problémához, konfliktushoz vezethet akár a munkahelyeken, akár a családokban egyaránt. (Tari, 2010)

Jóval többet tudnak a digitális világról, mint a szüleik, vagy idősebb főnökeik. Számukra a számítógépes világ és az internet teljesen természetes. A digitális kultúra, ami az életük része lett, a természetes közeget jelenti számukra. Szakemberek állítása szerint ez a generáció igaz, hogy széles, de nem mély tudással rendelkezik, ugyanakkor tisztában van azzal, hogy mit hol keressenek. (Szarka, 2012) Jellemzőik közt megtalálható a *koncentrációs képesség gyengülése, a türelmetlenség erősödése, a nagyobb merészség és kockázatvállalás.* Mivel egy

folyamatosan változó korba születtek bele, alkalmazkodni kényszerültek, emiatt jellemzőjükké vált a kiszámíthatatlanság, a céltalan nyomulás és a fegyelmezetlenség (Pais, 2012) Megtanulták, hogy a fogyasztói társadalomban az előmenetelnek olyan feltételei vannak, mint a siker, a karrier, a pénz, ezért számukra ezek a fogalmak létfontosságúak.

Z generáció

Általában a 90-es évek közepe és 2010-es között született gyerekeket szokás Z-generációnak nevezni. A felnőttek által létrehozott és folyamatosan fejlesztett világban élnek. (Tari, 2010) Az előző generációktól lényegesen elkülönülő Z-generáció tagjai születésekor az egy anyára jutó gyerekek száma már kettő alá csökkent, ebből következik, hogy az alacsony születésszámok miatt a *testvérek száma* is az addigiaknál *kevesebb* lett. Ez a generáció a történelem során a legformálisabb módon oktatott fiataljai jelenti. A Z-generáció a többi generációhoz képest a legtovább marad az oktatási rendszerben, és belőlük alakul az első *globális* és a technológiai újításokban-legjobban képzett, társadalmilag, *technológiailag önállóan legfelhatalmazottabb generáció*. Nehéz dolguk van, hiszen amikor a munkaerőpiacba belépnek, már idősök lesznek és a szocializáció ebben az időszakban már nehezebb, ahogy az is nehezebb, hogy beleszokjanak a munkába és a munkából adódó kötelezettségekbe.(Szarka, 2012) Születésükkor már természetes, hogy a számítástechnikai vívmányok az életük részét képezi. Számukra az első nyelv a technológia nyelve, ezért természetes, hogy rendkívüli módon függenek az információs eszközöktől, ami nagy mértékben alakítja a kommunikációjuk stílusát és tartalmát is. Ezen generáció tagjai már az előzőeknél jóval nagyobb hangsúlyt fektetnek a sebességre, mint a pontosságra. Ennek oka nem más, mint, hogy egy olyan változó társadalomban nőttek fel, ami rendkívül gyorsan és folyamatosan változik, valamint az életük jelentős részének színtere egy még gyorsabb virtuális környezet. Párhuzamos munkavégzésben és hiperlinkekben gondolkodnak,

valamint jóval több információforrásra van szükségük. Virtuális hálózatokban élnek, emiatt sokkal nyitottabbak a változásokra és azokra a különbségekre, amiket a digitális médiában és közösségi hálóknban szignifikánsan jóval nagyobb idő eltöltése közben tapasztalnak. A Z-generáció vizsgálatakor feltűnő, hogy ez a generáció *ügyes, találékony, erőteljesen gyakorlatias, valamit felszínes*, megosztott figyelmű. Ez a megosztott figyelem annak köszönhető, hogy életük során folyamatosan több csatornát követnek figyelemmel egy időben. A megosztás hangsúlyosan megjelenik az értékrendjükben, az ingyenes hozzáférhetőség a kulturális javakhoz, illetve a környezetvédelem és az információ igénye.

Don Tabscott (1999) szerint ezen generációnak *nyolc fő jellemzője* van. Az első ilyen jellemző a szabadság, azért mert nagyon fontos számukra mind az egyéni szabadság, mind a döntéseik szabadsága. A testreszabhatóság is előkelő helyen áll az értékrendjükben, ez abban nyilvánul meg, hogy testre akarják szabni az eszközeiket, amennyiben ez nem sikerül, akkor ők maguk hoznak létre egy olyant, ami a saját elgondolásuk szerint működik. Ösztönös együttműködők, a részletesség is fontos számukra, ezért részletesen vizsgálják meg a dolgokat és igyekeznek azokat egyszerűbbé tenni, valamint integrálni. A jókedv is szintén fontos, hiszen nagyon törekednek arra, hogy a munkahelyükön jól érezzék magukat, ezáltal *élvezetesebb* legyen a munka. Az innováció és a sebesség azért meghatározó az életük során, mert ezek nemcsak igényük, hanem az életük alapelmévé vált. (Szarka, 2012)

Az oktatás „okosítása”

Az előző fejezetben leírtak alapján láthatjuk, hogy a különböző generációk közt rengeteg különbség van, amivel, ha tetszik, ha nem, foglalkoznunk kell az oktatásban is. Le kell számolni a „csak krétával táblára írás”-sal, ugyanis ez nem tudja a továbbiakban fenntartani a hallgatóság figyelmét. Ebben a fejezetben két, a témával foglalkozó cikket keresztül szeretnék

bemutatni olyan tényezőket, amelyekkel javítható az oktatás minősége és hatása.

Korszerűsítés:

Pintér Dániel Gergő 2015 októberében tett közzé egy cikket, amiben arra keresi a választ, hogy vajon mi lehet annak az oka, hogy a 1990-es évek második felében születettek, mintha elfelejtettek volna tanulni. A cikkben (Pintér, 2015) igyekszik eltekinteni a „bezzeg az én időmben” felfogástól és gondolkodásra készíti az olvasót. A cikk mondanivalója tulajdonképpen az, hogy a jelenlegi tanítási, tudásátadási módszerek egyszerűen nem alkalmasak arra, hogy a Z generáció tudásszomját kielégítsék. A pedagógusoknak kell tudniuk alkalmazkodni a Z generációhoz és nem fordítva, fontos, hogy a középpontban a diák álljon. A jelenlegi oktatási rendszer nem reagál a munkaerő piaci változásokra, ami nagy hiba, így hogyan akarunk a munkaerőpiacnak értékes szakembereket adni?

Kevésbé merev oktatási kereteket:

Malcolm Brown (2005) szerint az 1990 előtti generációknak megfelelő volt az, hogy helyhez kötöttek, tényközpontú, összefüggéstelen közlések, ismerethalmazok alapján tanuljanak. Ezzel ellentétben a Z generáció számára fontos az a sikerélmény, amit annak kapcsán élnek át, amikor egy-egy projektmunka, vagy önálló kutatás során összeáll a sok részlet egy egész tudássá. Nekik már nem elfogadható a „ha a tanár azt mondja, akkor úgy van” felfogás, dolgok mögé látva maguk akarják eldönteni, hogy „úgy van, vagy nincs úgy”.

Elengedhetetlen számukra, hogy tudják, *miért fontos, amit tanulnak?* Hol fogják ezt majd hasznosítani? Miért lesz jó neki, ha megtanulja? *Mutasson rá a tanár a gyakorlati alkalmazhatóságra. Legyen az anyag életszerű, személyes példákkal alátámasztva.* Ezzel felkeltve a diákok érdeklődését, akik megértik az anyagot és ne az legyen a lényeg, hogy ki hogy tud magolni.

A cikk megemlíti, hogy már az 1990-es évek végén is születtek különböző koncepciók arra nézve, hogy a fejlődő digitális világ vívmányait be kell vonni az oktatásba, hiszen az információszerzés könnyebbé, érdekesebbé és fejleszthetőbbé válik a diákok és tanárok számára is. További fontos szempont volt már akkor is, hogy az információk elérése akár AZONNALI is lehet (keresőszó alkalmazása stb.), továbbá ezek több csatornából is elérhetők.

Kapjon nagyobb szerepet a kreativitás:

A hagyományos oktatási rendszer alapja a tények merev tanterv szerinti elsajátítása. Ez egy idejétmúlt rendszer, ami nem tudja felkelteni a Z generációsok tudásvágyát. Fontos az, hogy *élménnyé kell tenni a tanulást* például progresszív tanulási környezettel, vagy különböző forrásokból szerzett tudáselemek integrációjával. *Heterogén csoportok, egyéni kreativitás, önkritika és innováció*, csak néhány olyan tényező, ami megfelelő alapot tud teremteni egy olyan tudáselsajátításnak, ami motivációt ad az „egész életen át történő tanulás” elsajátításához. Kapjon nagyobb szerepet a kreatív, kritikai és *problémamegoldó gondolkodásmód* fejlesztése. Legyen több *szituációs játék, tapasztalati alapú és asszociatív tanulási gyakorlat*. Az Amerikai Egyesült Államokban már olyan tanítási módszereket alkalmaznak, melyek elsősorban *a diákok készségeit* fejlesztik és *nem a lexikális tudáson van a hangsúly*. Az információszerzés felgyorsulásával már ez a fontosabb, nem az a lényeg, hogy tudja-e, hanem, hogy *hogyan tudja alkalmazni*.

Eszközpark és a tanárképzés megreformálása:

Az eszközpark fejlesztése nagyrészt, de nem teljes mértékben pénz kérdése. Hiába a legmodernebb technológia, ha a pedagógusok nem megfelelően képzettek és nehezükre esik az infokommunikációs eszközök használata. El kell fogadnunk azt, hogyha szeretnénk a diákok figyelmét felkelteni és fenn tartani, akkor ezen változtatni kell.

Az interaktív tábla, ha a diákok alkalmazásokon, kreatív honlapokon keresztül is tanulhatunk, gyakorolhatnak, online stream az órához, neptun alkalmazás, mind olyan eszközök, melyek beszélik a Z generáció nyelvét.

Szemléletváltás:

A pedagógusoknak alkalmazkodniuk kell az új igényekhez (Csehné, 2004). Prensky (2001) szerint nem az oktatás minőségének romlásának tényével kell foglalkozni, hanem azzal, hogy miért következik be. Egy jó orvos sem a tüneteket kezeli és ápolja azokat, hanem a betegség okát kutatja, és azt szünteti meg: „a mai diákok már nem azok, akiknek a jelenlegi oktatási rendszert tervezték” (Prensky, 2001) Úgy tűnik, hogy a diákok radikálisan megváltoztak.

Fontos, hogy az oktatók motiválják a diákokat, hiszen így lesz maradandóbb a tananyag elsajátítás. A *különböző vendéglőadók* meghívása, kifejezetten egy ilyen eszköz. Ha a diák *különböző karrier utakkal* ismerkedhet meg, akkor látni fogja, hogy miért érdemes tanulni és máris nagyobb lelkesedéssel vágnak bele egy-egy tantárgy elsajátításába.

Folyamatos aktivizálás:

Annak érdekében, hogy fennmaradjon a fiatalok figyelme és ne mással foglalkozzanak, folyamatosan aktivizálni kell őket interaktív, *csoportos és olyan feladatokkal*, amivel az oktatás részének érezhetik magukat és *tapasztalati úton szerezhetnek tudást*.

Azonnali visszacsatolás:

Az internet és a közösségi oldalak elterjedésével a fiatalok folyamatosan visszacsatolásokat kapnak. Az iskolában is, ahol az idejük nagy részét töltik, nagyon *igénylik az azonnali és folyamatos visszacsatolásokat*. Ezzel is érdeklődővé és motiváltakká válhatnak.

Jelenleg egy nagy átalakuláson megy keresztül az egész életünk, ami nagyban köszönhető a már említett infokommunikációs

eszközök fejlődésének. Az egész életünkben alkalmazkodnunk kell az új helyzetekhez, lehetőségekhez, és ha megfelelően kiaknázzuk ezeket a lehetőségeket, akkor rengeteg előnyt kovácsolhatunk ezekből a változásokból.

Az oktatás esetében, mint az élet más területein is, érezhetőek a változások, amikhez alkalmazkodnunk kell. Ha elfogadjuk, hogy ezek a változások akarva-akaratlanul a mi életünket is érintik, akkor sikeres időszaknak nézünk elébe, ehhez a tanároknak és a diákoknak is sok türelemre, odafigyelésre és tanulásra van szükségük.

Irodalomjegyzék

Brown, M. (2005). Learning spaces. Educating the net generation, 12-1. in Oblinger D. G, Oblinger J. L. ed. (2005) Educating the Net

Dr. Pais Ella Regina (2012): Az Y generáció teljesítménymotivációja (2012) letöltés ideje: 2013. 02. 15 17 óra 55 perc

<http://www.kormanyhivatal.hu/download/2/18/60000/Y%20%C3%A9s%20Z%20gener%C3%A1ci%C3%B3%20mint%20a%20j%C3%B6v%C5%91%20munkav%C3%A1llal%C3%B3i.pdf>

Csehné Papp I. (2004): Közgazdaságtan tantárgy. In: Új módszerek a felnőttképzésben, (szerk. Suhajda Cs.) Kontakt Alapítvány, Nemzeti Felnőttképzési Intézet, Budapest, pp. 66-88.

Csehné Papp I. (2011): A társadalmi-gazdasági kihívásoknak való megfelelés érvényesítése az agrárszakképzésben. In: A református tanítóképzés múltja, jelene, jövője, (szerk. Pinczésné Palásthy I.) Kölcsey Ferenc Református Tanítóképző Főiskola, pp. 178-181.

Csehné Papp I., Molnár K. (2016): Vágyvezérelt munkakeresés vs. foglalkoztathatóság? A Z generáció munkaerő-piaci ismeretei, elképzelései és motivációi. XIX. Apáczai-napok. Tudományos Konferencia. Tanulmánykötet: Gondolkodási

struktúrák és kreativitás. Győr, 2015.10.21-2015.10.22. Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar, pp. 29-37. Csehné Papp I., Szabó K., L. Schwarczová, Hajós L. (2017): Ocakavania a predstavy „Z” generácie univerzitných studentov od thru práce. (EXPECTATIONS AND VISIONS OF „Z“ GENERATION OF UNIVERSITY STUDENTS IN RELATION TO THE LABOUR MARKET). *Acta Oeconomica Universitatis Selye* 6: (1) pp. 23-38.

Ferincz Adrienn – Szabó Zsolt Roland (2012): Z generáció hatása a munkáltató szervezetekre, Munkaügyi Szemle, 2012/2 Ferincz Adrienn (2012): Az új generáció elvárásai a munkahelyekkel szemben Minden generáció értékes, csak mindegyik máshogy, Ekonomické štúdie – teória a prax, p. 220-228

Hvg.hu (2014): Klasszikus módszerekkel nem lehet a Z-generációt tanítani letöltés ideje: 2016. 03.12 16 óra 34 perc http://hvg.hu/plazs/20140424_Klasszikus_modszerekkel_nem_lehet_a_Zgen

McCrindle, M., & Wolfinger, E. (2010). Generations defined. *Ethos*, 18(1), 8.

Mészáros Aranka, Kollár Péter (2016): Különböző generációk munkaérték vizsgálata In: BKIK GSZT (szerk.) Megújulás és fenntarthatóság Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara, pp. 70-80. (ISBN:978-963-89734-3-6)

Ollé János – Papp-Danka Adrienn – Lévai Dóra – Tóth-Mózer Szilvia – Virányi Anita (2013): Oktatásinformatikai módszerek, Elte Eötvös Kiadó, Budapest

Pintér Dániel Gergő (2015): Nem a Z-generáció butább, csak az oktatás ragadt a 20. században letöltés ideje 2016. 03.15 20 óra 40 perc http://media20.blog.hu/2015/10/09/a_z-generacio_szamara_alkalmatlan_a_jelenlegi_oktatas

Prensky, M. (2001): Digital Natives, Digital Immigrants On the Horizon Vol. 9 No. 5, October 2001 MCB University Press

Szarka Dóra (2012): Minden generáció értékes, csak mindegyik máshogy: Letöltés ideje: 2013.03.15.

<http://www.hrportal.hu/hr/minden-generacio-ertekes-csak-mindegyik-mashogy-20120926.html>

Tapscott,D (1998) .: Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation, McGraw-Hill,

Tari Annamária (2010): Y Generáció, Jaffa Kiadó, Budapest

PEDAGÓGIA A DIGITÁLIS KORBAN
A Z generáció – oktatás és információbiztonság
Kollár Csaba

Szent István Egyetem
Gazdaság-és Társadalomtudományi Kar
Társadalomtudományi és Tanárképző Intézet
kollar.csaba@gtk.szie.hu

Absztrakt

A digitális kor a pedagógusoktól az eddigi, jól bevált és ismert gyakorlatoktól eltérően másfajta módszereket és eleve másfajta szemléletmódot követel meg, ha hatékonyan akarják megismertetni, illetve átadni az ismeretanyagot a fiatalabb (Z, illetve Y) generációk tagjainak. A Z generáció már beleszületett az internet világába, az ott megjelenő tartalmak jelentős és meghatározó mértékben hatnak fejlődésére, szocializációjára. A tartalmakhoz és a digitális platformokhoz történő könnyű hozzáférés megannyi veszélyt is jelenthet. Az oktatási megközelítés mellett – szekunder adatok, valamint két kutatás eredményeinek bemutatása során – elsősorban erre, vagyis a Z generáció és az információbiztonság kapcsolatára fókuszál jelen tanulmány.

Kulcsszavak: digitális kor, információbiztonság, oktatás, pedagógia, generációk, Z generáció

Bevezetés – Jelenkorunk generációi a statisztikák tükrében

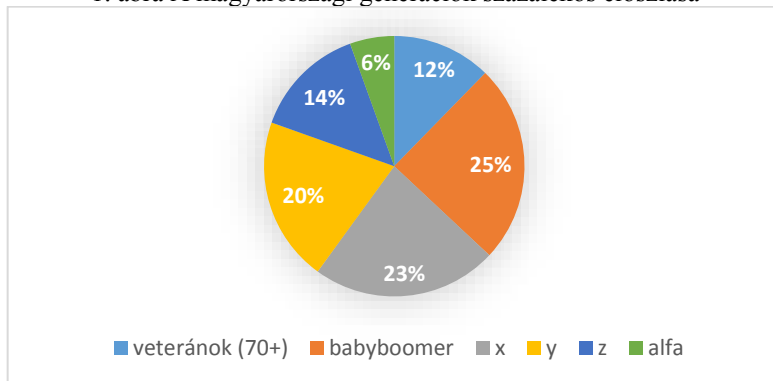
A KSH aktuális korfája szerint a Z generációsok, vagyis az 1996 és 2009 között születettek a lakosság 14%-át teszik ki 1,37 milliós lélekszámukban. A Z, valamint a többi generáció létszámát, illetve százalékos arányát az 1. táblázat, valamint az 1. ábra szemlélteti.

1. táblázat A magyarországi generációk (KSH alapján saját szerkesztés)

generációk ³	születési idő		életkor		nemek [fő]		nemek [%]		összesen [fő]	összesen [%]
	tól	ig	min	max	férfi	nő	férfi	nő		
veteránok (70+)		1945	70		421408	782180	35%	65%	1203588	12,31%
babyboom	1946	1964	51	69	1102914	1309379	45,7%	54,3%	2412293	24,67%
X	1965	1979	36	50	1132162	1119406	50,3%	49,7%	2251568	23,03%
Y	1980	1995	20	35	1020177	978033	51,1%	48,9%	1998210	20,44%
Z	1996	2009	6	19	705584	668353	51,4%	48,6%	1373937	14,05%
alfa	2010			5	276844	261771	51,4%	48,6%	538615	5,51%
Összesen:					4659089	5119122	47,6%	52,4%	9778211	100%

forrás: saját szerkesztés

1. ábra A magyarországi generációk százalékos eloszlása



forrás: KSH alapján saját szerkesztés

³ A hazai és a nemzetközi szakirodalom sem képvisel egységes álláspontot az egyes generációk születési ideje, s életkori intervalluma között. Jelen tanulmányban ezek az intervallumok a szerző korábbi kutatásai és tanulmányai alapján kerültek meghatározásra. Szerző megjegyzi továbbá, hogy – bár saját maga is intervallumok szerint elemzi az egyes generációkat, de – nem a születési évek egységes meghatározása a fontos, hanem az, hogy az egyes generációk között milyen különbségek, illetve hasonlóságok figyelhetők meg.

A táblázat (1. táblázat) és az ábra (1. ábra) alapján megállapíthatjuk, hogy életkoruk szerint döntő többségében a Baby boom, az X, illetve az Y generáció tagjai vannak jelen a munkaerőpiacon. Ez több dolgot is jelent a Z generáció vonatkozásában:

- (1) Elsősorban ezek azok a generációk, amelyek a Z generációs fiatalok hagyományos oktatásában részt vesznek, értve ezalatt a tanítás mellett a tananyagok fejlesztését, a könyvet/jegyzeteket írását, valamint a generáció-specifikus oktatástechnikai eszközökre, alkalmazásokra és platformokra épülő – elméletileg – interaktív, lebilincselő, informatív, modern tartalmak előállítását is.
- (2) A hagyományos(nak mondott) médiatartalmak (TV, rádió, újság) jelentős, az új médiában (internet) megjelenő tartalmaknak pedig egyre kisebb részét állítják elő a nem Z generációsok. Különösen igaz ez az általuk egyre kevésbé értett WEB 2.0 platformokra.
- (3) Elsősorban ezek azok a generációk, amelyek most, illetve néhány éven belül, mint kollégák, munkatársak találkoznak a Z generációsokkal, s egyre valószínűbb, hogy saját
- (4) munkaszocializációs emlékeiket nem tudják feszültségmentesen alkalmazni erre a generációra.
- (5) A vállalatok vezetői és tulajdonosai jelenleg rendszerint nem Z generációsok, de ahhoz, hogy a megannyi, s egyre újabb technikai eszközökkel/alkalmazásokkal/platformokkal átszőtt digitális korba beleszületett Z, s az őket követő alfa generáció fogyasztói igényeinek meg tudjanak felelni, szükségszerűen rákényszerülnek arra, hogy megtanulják az ország jövőbeli aktív és önmegvalósító fogyasztóinak (Z+Alfa hozzávetőlegesen 2 millió fő) a speciális nyelvezetét. (Mészáros-Kollár, 2016)
- (6) Miközben a nem Z generációsok nagyobb bölcsességgel, munkatapasztalattal rendelkeznek, s többségük megfontoltabb és távolságtartóbb, addig a Z generációsok – életkorukból is adódóan – sokkal lazábbak, könnyebben

létesítenek és tartanak fenn (felszínes) emberi kapcsolatokat, s így sokkal könnyebben lehetnek áldozatai az idősebb bűnelkövetői csoportoknak (pl.: személyes adataikkal visszaélés, pedofília, érzelmi zsarolás, érzelmi függés – lásd később).

A generációk, a munka világa és a digitális eszközökkel történő első találkozást foglalja össze a 2. táblázat.

2. táblázat Generációk a munka világában, s találkozásuk a digitális eszközökkel

Generációk	Munka	Találkozás a digitális eszközökkel
Veteránok (70+)	rendszerint nyugdíjasok	életük második felében találkoztak az internettel
Baby boom	fontos hányadát teszik ki a munkaerőpiacnak, egy részük már nyugdíjba készül	30-40 éves koruk körül
X	a munkaerőpiac gerince	kamaszként, tinédzserként
Y	tanulók, vagy néhány éves tapasztattal rendelkeznek a munkaerőpiacon	gyermekkorban
Z	tanulók, vagy kis részük pályakezdő	nem éltek az internet világa nélkül
Alfa	-	nem éltek a mobilinternet nélkül

forrás: saját szerkesztés

Kiegészítés a 2. táblázathoz:

Szerencsém volt a tanulmány megírását megelőzően egy viszonylag egyszerű felmérést megvalósítani egyetemi munkahelyemen. Néhány kollégám és hallgatóink egy részének egy új, számukra még ismeretlen eszközt (IoT) mutattam meg, s kíváncsi voltam a reakcióikra. Íme a fontosabb megállapítások generációnként:

- (1) Baby boom (kollégák): nem szívesen vették kézbe, idegenkedtek tőle. Tőlem várták a választ a használatot illetően. Mikor elmondtam, hogy ezt a tantárgyak oktatásánál is fel lehet használni, akkor rendszerint írásos anyagot kértek tőlem, ami részletesen elmagyarázza az eszköz használatát, illetve volt, aki megkérdezte, hogy tartok-e belőle egy rövid oktatást.
- (2) X (kollégák): némi bátorítás után kézbe vették. A használatot illetően egy részük nyomtatott anyagot kért, míg egy másik részüknek elég volt, ha elküldöm pdf-ben a részletes használati útmutatót (majd ő, ha kell, kinyomtatja magának).
- (3) Y (nappali és levelező tagozatos hallgatók, kollégák): szinte azonnal kézbe vették. Kivétel nélkül megelégedtek az elektronikus ismertetőkkel, ami lehetett egy link, ahonnan le lehet tölteni pdf-ben egy rövid (!) ismertetőt, vagy egy YouTube videó, ami röviden bemutatja a használatot.
- (4) Z (nappali tagozatos hallgatók): azonnal kézbe vették, s mikor elmondtam a nevét és egy mondatban, hogy mire jó, máris gépelték be azt az okostelefonjukba. Gyakorlatilag elég volt nekik egy impulzus, ami felkeltette az érdeklődésüket, a továbbiakban már nem szorultak az én segítségemre.
Ez az egyszerű, jelzés értékű felmérés is megerősíti azt a képet, hogy a digitális korban különösen a fiatalabb korosztályok/generációk számára már nem szükséges az információ materiális (kinyomtatott) megjelenése, elég, ha a laptop/tablet/okostelefon kijelzőjén keresztül el tudják érni a kívánt és számukra releváns tartalmakat. Ezzel együtt csökken az igényük az adott dolog részletes, minden területre kiterjedő megismerésére, rendszerint elégségesnek tartják, ha a cél sikeres eléréséhez szükséges mértékben tudják használni a megszerzett információkat.

A Z generáció

A Z generációba tartozó fiatalok – ahogy már arra többször is utaltam – 1996 és 2009 között születtek, pontosabban beleszülettek a digitális technológiák világába (digitális bennszülöttek). Mindennapi tevékenységeik során a digitális eszközök használata a napi rutin részévé vált. A mobiltelefonra mint leválaszthatatlan „testrészre” gondolnak, s rendszerint karnyújtásnyi távolságon belül szinte bármikor el tudják azt érni. Többségük úgy gondolja, hogy a világ csak akkor forog, s benne csak akkor tartalmas az életük, ha annak minden rezdüléséről posztolnak. Ahogy egyikük kifejtette a véleményét az egyik Facebook posztjában: „én csak akkor vagyok valaki, ha megosztom az életemet” (a digitális platformokon). Miközben a digitális környezetben viszonylag könnyen találják meg a helyüket, addig a fizikai világban egy számottevő részük beilleszkedési gondokkal küzd. Talán ennek is köszönhető, hogy minél több tevékenységet (pl.: tanulás, kapcsolatépítés és -tartás, találkozások) már digitális platformokon végeznek. A strukturált tanulás helyett a véletlenszerű megismerést tartják elfogadhatónak, a vaskos könyvek és a klasszikus lexikális tudás helyét átveszik náluk a YouTube és más videomegosztó oldalak rövid videóit. Kevesebbet olvasnak, sokkal többet játszanak, s ennek is köszönhető, hogy az ismeretátadás új formáit kell keresnie a reformpedagógusoknak (pl.: gamification, edutainment). A hagyományos oktatást lassúnak és unalmasnak találják. Ahogy a korábbi generációknak a könyv, az újság, majd a TV/rádió jelentette a „megkérdőjelezhetetlen” forrást, addig a Z generáció számára az internet az. Ez számos információbiztonsági kérdést is felvet, hiszen, a könyv, az újság, a rádió és TV tartalmának előállítás (elvben) felelősségteljes és kontrollált (pl.: felelős szerkesztő, kiadó) folyamat volt, ezzel biztosítva az objektív és tárgyilagos közlést, addig a neten gyakorlatilag egy egyszerű mobiltelefonnal felvett videotartalom is hamar népszerűvé és véleményformálóvá válhat úgy, hogy a közölt információ valóságát gyakran senki nem vizsgálja. A kevés

élettapasztalattal rendelkező Z generációsok így sokkal jobban sebezhetővé és befolyásolhatóvá válnak.

Az idősebb generációk rendszerint szisztematikus sorrendet követve dolgozzák fel az információt, míg a Z generációsok inkább párhuzamosan. Ez egyfelől versenyképesebbé teszi őket, mivel hamarabb tudnak végezni a feladattal, de sebezhetőbbé is, hiszen a dömpingszerűen érkező információk párhuzamos feldolgozása során nincs idő azok tényleges megkérdőjelezésére, ellenőrzésére, a köztük levő összefüggések vizsgálatára, megtalálására.

A Z generációsok ugyan életkorukból adódóan is zömében iskolások, de az életükhöz, boldogulásukhoz szükséges információ jelentős részét már nem az iskolából szerzik. A tudást egymás között osztják meg, s nem is tudástranszferként tekintenek ezekre a megosztásokra, sokkal inkább egyszerű haveri/baráti beszélgetésekre, ahol véletlenszerűen néhány ilyen téma is szóba esik.

A fentiek alapján azonban hibás lenne levonni azt a következtetést, hogy a Z generációsok nem tájékozottak a nagyvilág dolgaiban. De miközben az idősebb generációkat (különösen a tanultabbakat) a hagyományosan megszerzett tudás köré épített információéhség motiválja (pl.: politika, történelem, történelmi személyiségek, apa- és nagyapakerülő zenészek és zenekarok), addig a Z generációsok számára fiatalságuk okán is sokkal fontosabb, hogy az aktuális popsztár mit csinált tegnap, hol, s kivel volt, semmint az, hogy például Petőfi hogyan verselt szerelmi költészetében Szendrey Júliához. A Z generációsok számára is fontos, hogy kötődjenek bizonyos „objektumokhoz” (pl.: tiniceleb), s emiatt ugyancsak sebezhetővé válnak (pl.: pedofilok az adott celeb fényképével és nevével egy hamis Facebook oldalt hoznak létre, ahol a celeb nevében nagyon könnyen tudnak rábírti tinilányokat, hogy elmenjenek egy fizikai találkozóra is).

A Z generáció tanítói

Médiapedagógusok és az oktatástechnikával és -technológiával foglalkozó szakemberek véleménye jelentősen eltér arról, hogy ki tanítja a Z generációt. Rendszerint a következő személyeket/platformokat szokták megnevezni:

- (1) tanítók, tanárok, szaktanárok, egyetemi oktatók (fizikai világ)
- (2) saját nemzedéke, néhány évvel idősebb testvére (fizikai világ)
- (3) saját nemzedéke (digitális platformok)
- (4) az általa használt – zömében – WEB 2.0 alkalmazások és szolgáltatások (digitális platformok)

A 3. táblázat a Z generáció tanítóit ismerteti az alábbiakban.

2. táblázat A Z generáció tanítói

2. táblázat: A Z generáció tanítói				
Jellemzők	Fizikai világ		Digitális platformok	
	tanítók, tanárok, szaktanárok, egyetemi oktatók	saját nemzedéke, néhány évvel idősebb testvére	saját nemzedéke	WEB 2.0 alkalmazások és platformok
Tudás átadása	tanóra, szakkör, klub, tematika, tankönyv, jegyzet	leülünk tanulni, közös tanulás megmutatom neked	csevegés, fórumok	fórumok, YouTube, a Google a te barátod
Számonkérés módja	vizsga, szóbeli, ZH, házi dolgozat, szóbeli, írásbeli, témazáró, szigorlat, államvizsga, képesítő vizsga	én elmagyarázom neked, te visszamondod nekem milyen számonkérés?	milyen számonkérés?	
Mit kérnek számon?	tények, adatok, összefüggések,	gyakorlatilag semmit tudod használni? – nem kérdés, hanem a gyakorlatban bizonyítod		

Jellemzők	Fizikai világ		Digitális platformok	
	tanítók, tanárok, szaktanárok, egyetemi oktatók	saját nemzedéke, néhány évvel idősebb testvére	saját nemzedéke	WEB 2.0 alkalmazások és platformok
	minél több információ			
Generáció	Baby boom, X, Y digitális bevándorló	Z digitális bennszülött		Z (mögötte állhat X, Y)
Mottó	A tudásért meg kell dolgozni, én is megdolgoztam érte	Szabadság, azt csinállok, amit akarok azt posztolok, amit akarok		

forrás: saját szerkesztés

A következőkben az információbiztonság kérdésével foglalkozom.

A Z generáció – információbiztonság a digitális korban

Fogalmi alapvetés

Az információbiztonság kapcsán három lényeges fogalmi alapvetés szükséges: (1) információs társadalom, (2) digitális kor, (3) információbiztonság.

Azzal mindannyian egyet érthetünk, hogy az ipari társadalom utáni korszakot hívják az információs társadalom korának. Az információs társadalom fogalmát azonban gyakran szinonim jelleggel a posztindusztriális társadalom, a posztfordizmus, a posztmodern társadalom, a tudástársadalom, a hálózati társadalom fogalmaival is helyettesítik.

A Wikipédia releváns szócikke így foglalja össze az információs társadalom/kor jellemzőit:

- „Az információ, mely mint a technológiai fejlődés alapja az ipari társadalomban is fontos szerepet kapott, most már önálló értéké válik.

- Az információs társadalom középpontjában az információfeldolgozó technológia áll.
- Az "értékes tudás" felezési ideje (az az idő, mialatt elavulttá válik) a fejlődés gyorsulása miatt jelentős mértékben csökken (éves, esetleg hónapos nagyságrendre). Állandó követelménnyé válik az élethosszig tartó tanulás, mely a munkavállalótól egyre inkább az ismeretterületek közti mobilitást követeli meg, az egy szakma elsajátításának hagyományos követelménye helyett.
- Minthogy értékke, az információ hatalmi tényezővé válik, a hatalom azé lesz, aki az információt termeli és elosztja (információmonopólium)."

A fenti idézet alapján is látható, hogy az információ és a tudás az információs társadalomban kiemelt jelentőséggel bír. Az információ kapcsán említést érdemelnek az alábbiak:

- az információ előállítása,
- az információ továbbítása,
- az információ tárolása,
- az információ megszerzése,
- az információ értéke,
- az információ biztonsága (információbiztonság)
- az információ értékének időbeli változása,
- az információ sokszorozhatósága,
- az információhoz fűződő jog, illetve
- az információszoolgáltatási kötelezettség.

Az információ alapja mindig az adat. Az adat egy meghatározott dolog egy meghatározott változójának (karakter, attribútum, jellemző, tulajdonság, ismerv, stb.) az értéke. Az adatok lehetnek (1) nominálisak, (2) ordinálisak, (3) intervallumskálájúak, (4) arányskálájúak (Ketskemény et al., 2011). Összefoglalva azt mondhatjuk, hogy az információ, olyan értelmezett adat, amelyikből valamilyen konkrét tény tudhatunk meg. Az adatok régebben papíralapon (pl.: személyügyi akta, személyi karton/nyilvántartó lap), az utóbbi időben azonban már rendszerint elektronikus, digitális úton

tárolódnak (pl.: adatbázisokban). Tévedés lenne azt hinni, hogy az információ fogalma csak a technikai eszközök megjelenésével vált ismertté. Latin eredetijében értesülést, hírt, üzenetet, tájékoztatást jelent, s általában úgy tekintünk rá, hogy akkor válik fontossá a számunkra, ha csökkenti az információhiányunkat, a bizonytalanságunkat. Az információ tehát eredeti – s általunk is használt – megközelítésében független a technikai eszközöktől, ugyanakkor a technikai és informatikai eszközök tömeges elterjedése tette lehetővé azt, hogy felértékelődjön. Az információ modern értelmezése kitér arra is, hogy elsősorban nem is az információ a fontos, hiszen szinte majd' minden területen információs többlet van, hanem az, hogy a rendelkezésünkre álló, vagy viszonylag kis energiabefektetés révén megszerezhető információ hogyan, milyen módszerekkel, mennyi idő alatt és milyen hatékonysággal alakítható át, illetve dolgozható fel tudássá.

Az adatokból előálló információ, s az információk feldolgozása során keletkező tudás számtalan (algoritmizált) számítást, komoly tárhely- és számítási kapacitást kíván meg. Ezeknek az elvárásoknak relatíve könnyen úgy lehet megfelelni, ha minél hamarabb kerülnek digitális, vagy digitalizált formába az adatok. A digitalizált adatokból számsorozatok lesznek, s így számítások milliói végezhetők el velük/rajtuk. A fizikai, szabad szemmel látható, illetve egyéb érzékszerveinkkel érzékelhető, valamint a nem látható, de paraméterei alapján mérhető világ végtelen adatmennyiséggel szolgál, s ezek egyre nagyobb hányada már digitális formában rögzül. A világ tehát egyre nagyobb mértékben „képződik le” digitális formában, s ezért mondhatjuk azt, hogy az információs társadalom/kor után a **digitális kor** következik. A digitális kor a XXI. század első évtizedétől számítható, bár előzményeiről már korábban is írtak (pl.: Dyson, 1998), de az alapművek később jelentek meg (pl.: C. Saphiro - H. R. Varian, 2000, illetve R. Levine et al., 2001, valamint H. S. Kehal - V. P. Singh, 2004 és Lessig, 2004, továbbá Wallace, 2002). A digitális kor dimenzióit egy

rendszerint változó tartalmú mozaikszóval lehet leírni, mely jelenleg hangsúlyosan az alábbi elemeket tartalmazza:

- cloud: felhő, felhő alapú szolgáltatások
- analytics: elemzés, adatbányászat
- mobile: mobil eszközök, mobilalkalmazások
- social media: közösségi média
- security: biztonság
- AR (augmented reality): kiterjesztett valóság
- IoT: internet of things
- robots: robotok

Információbiztonság

A digitális kor informatikai hátterének teljes bemutatása jelentősen túlmutat jelen tanulmány tartalmi és terjedelmi keretén, ezért az alábbiakban a csak az információbiztonság Z generációt érintő kérdéseivel foglalkozom. A digitális kor és a társadalom jövője szempontjából kiemelt jelentőséggel bír a biztonság (Security), s azon belül az információbiztonság. Haig [2015] is osztja Gábri [2008] véleményét, miszerint az információbiztonság az alábbi öt területet integrálja magába:

- politikai biztonság
- társadalmi biztonság
- gazdasági biztonság
- katonai biztonság
- környezeti biztonság

Az információbiztonság nem csak informatikai kérdés, hiszen a műszaki-informatikai megoldások jelentős része az informatikai (IT) biztonság területéhez tartozik, sokkal inkább humán aspektussal bír. 2015 novemberében egy budapesti középiskola meghívására 3 osztályban (összesen közel 100 fő) rendhagyó osztályfőnöki órát tartottam az információbiztonságról. Az interaktív beszélgetés során elhangzott fontosabb problémákat, s az azokra tett javaslatokat strukturált formában az alábbiakban adom közre. Az információbiztonság és veszély a Z generáció számára jelentheti rendszerint a következőket:

- (1) A fiatalok által használt eszközök

- (a) ellopása, elvesztése
- (b) eladása
- (c) kölcsönadása
- (d) szervizeltetése

Az eszközök ellopása, elvesztése során az azokon található tartalmak, illetve az azokon történő bejelentkezés során a távoli tárhelyeken tárolt tartalmak is elérhetőek illetéktelen személyek számára.

Megoldási lehetőségek:

- (a) Az eszközökre történő belépés csak jelszóval lehetséges – bár az elvesztés és ellopás során van ideje a tolvajnak/megtalálónak az eszközt szétszedve hozzáférni az adattárolókhoz (pl.: SD kártya, winchester).
- (b) Ha már elveszett, s fontos adatok vannak rajta, akkor meg lehet próbálni, hogy az adott személy visszavásárolja legalább az adattárolót. Kérdéses, hogy sikerül-e a „becsületes” megtalálót a közösségi háló segítségével megtalálni, s ha sikerül, akkor ő hajlandó-e, s ha igen, akkor milyen feltételek mellett. Ilyen esetekben célszerű felnőtt/szülő bevonása is.
- (c) Ha a tettes ismert, azonnal meg kell tenni a büntetőfeljelentést.

Az eladásra ítélt készülékek megfelelő adatmentesítésével gyakran még a cégek sem foglalkoznak, s ez sajnos hatványozottan igaz a fiatalokra. A megunt okostelefonon szinte azonnal túl akarnak adni, hogy megvehessék a legújabb modellt.

Megoldási lehetőség:

- (a) A fiatalok figyelmét felhívni az adatmentés és -törlés fontosságára, valamint arra, hogy a telefonon/készüléken állítsák vissza úgy a gyári beállításokat, hogy azzal az eszközön minden beállítás (belépési adatok, kedvenc oldalak) törlődjön.

A kölcsönadás és szervizelés során a fiatal egy megítélése szerint megbízható személynek, vagy cégnek adja oda egy

bizonyos időre a készüléket. A kölcsönadás sok esetben a barátság, vagy éppen a közösséghez való tartozás, illetve az önzetlenség fokmérője is lehet.

Megoldási lehetőségek:

- (a) Megértetni a fiatalokkal, hogy a személyes adataikat is tartalmazó eszközök kölcsönadása nem lehet semmilyen pozitív emberi érték fokmérője.
- (b) A névtelen, nem megbízható szervizeket (pl.: nincs igazi szerviz, a műszerésszel a „mekiben” lehet csak találkozni) még akkor is célszerű elkerülni, ha azok olcsóbbak, mint a hivatalos szervizek.
- (c) Ha egy készüléket beadnak javításra a szervizbe, akkor arról előtte érdemes lementeni és utána letörölni a személyes adatokat, s a belépési jelszavakat ideiglenesen meg kell változtatni. A készülék javításra történő átvételét a szerviznek hivatalos átvételi bizonylattal kell elismernie.

(2) A fiatalok által használt adattároló

- (a) elvesztése
- (b) kölcsönadása

Megoldási lehetőségek: mint az (1) pontban.

- (3) A fiatalok interneten található személyes adataival történő visszaélés. A visszaélés lehet egy bizalmas, intim fénykép nyilvános megosztása, vagy egy profilkép és néhány egyéb adat ismeretében egy hamis felhasználói profil létrehozása. Egy ilyen hamis profil – mely gyakran egy egyszerű kamaszcsinynak tűnhet – alkalmas lehet arra, hogy a gyanútlan fiatalról hosszabb távra is hamis képet építsen, a nevében mindenféle nemkívánatos oldalakra regisztráljon, ott véleményt fejezzon ki. Mivel a digitális lábnyom a szervereken és a logfájlokban akkor is megmarad, ha az adatok már nyilvánosan nem elérhetőek, így gyakorlatilag egy életre megmarad ez a hendikep.

Megoldási lehetőségek:

- (a) A fiatal körültekintően jár el, s megtiltja, hogy róla kompromittáló kép készüljön, még akkor is, ha ezzel nem lesz népszerű a barátai, haverjai előtt.
 - (b) Amint a fiatal tudomást szerez, hogy visszaéltek személyes adataival, azonnal szól szüleinek, akik hivatalosan megteszik a feljelentést a rendőrségen.
- (4) A fiatal által használt eszközök (okostelefon, számítógép, laptop) és alkalmazások feltörése, de még inkább az ezekbe történő nem programozói tudást feltételező bejutás. A bejutás gyakoribb, nem programozói módjai a következők: (I) a „közös barátság és bizalom” elve alapján megadják egymásnak a jelszavakat, (II) a jelszavak jól elérhető és látható helyen vannak, (III) a jelszavak egy beszélgetésben elhangoznak („a kutyám neve kisbetűvel”), (IV) a személyt ismerve könnyen kikövetkeztethetők (pl.: kedvenc zenekar/énekes neve, születési idő, háziállat neve).

Megoldási lehetőségek:

- (a) A fiatalok megértik, hogy van egy olyan része az életnek, amit nem kell megosztaniuk senkivel sem. Mindegy, hogy mi az indok.
 - (b) A fiatalok megpróbálnak megjegyezni egy bonyolultabb, nehezen kikövetkeztethető jelszót.
 - (c) A fiatalok bizonyos időközönként lecserélik a jelszavukat.
- (5) A fiatalok által használt eszközök vírussal való megfertőzése. Ez sem csak informatikai kérdés, mert pl. egy ismerős(nek tűnő) személytől érkező „I love you” üzenetet és csatolt fájlt tartalmazó levelet az emberek gyakorlatilag életkortól függetlenül megnyitnak. A neten némi kutakodás után lehet találni olyan alkalmazást, ami trójai falóként elküldve képes átvenni az áldozat gépe felett a kontrollt (pl.: elküldi a felhasználói neveket és jelszavakat a belépéssel egyidejűleg egy előre beállított e-mail címre). Rendszerint ez is csak gyerekcsinynak tűnhet, mivel, ha a

támadó nem egy ifjú hacker, akkor az osztálytárs inkább csak kíváncsi, szeretne belesni az osztálytárs életébe. Mivel azonban nem ismeri a kártevő szoftver valódi működését, így tudtán kívüli károkat is tud vele okozni.

Megoldási lehetőségek:

- (a) Még az ismerős(nek tűnő) személytől érkező e-mailek csatolt állományát sem kell automatikusan megnyitni.
 - (b) A telepített szoftverek egy része automatikusan figyelmeztet, ha veszélyt érez. Ezt a figyelmeztetést nem érdemes figyelmen kívül hagyni.
 - (c) A fizetős vírusellenőrzők mellett számos szabadon használható, térítésmentes változat is rendelkezésre áll, célszerű ezek közül egyet telepíteni az informatikai eszközre.
- (6) A fiatalok által használt eszközökről és/vagy távoli tárhelyeikről (felhő) történő adatlopás. Ezt ugyan külön kategóriaként említem, de az estek egy részében a fenti módon történik a behatolás. Az is viszonylag gyakorinak mondható, hogy az eszközökbe vagy eleve jelszó nélkül lehet belépni, vagy ugyan jelszó használatával, de a belépés után nincs semmilyen időkorlát, vagyis ha a gépet rövidebb-hosszabb időre magára hagyja a felhasználó, a támadó akkor is használni tudja.

Megoldási lehetőségek:

- (a) Lásd fent, valamint:
- (b) belépési jelszó, vagy egyéb egyedi azonosításra alkalmas megoldás használata (pl.: ujjlenyomatolvasó), illetve
- (c) olyan alkalmazás használata, amelyiknél lehetőség van az azonosításnál időkorlát beállítása. Ha nem történik billentyűzetleütés, illetve egérmozgás, akkor rövid időn belül zárolja a gépet, ami csak a jelszó ismételt megadásával oldható fel.

- (7) A fiatalok által használt eszközökön és/vagy távoli tárhelyeiken (felhő) történő adatmódosítás. Ez hasonlít a 4-es pontnál leírtakhoz azzal a lényeges különbséggel, hogy az adatmódosítás nehezebben érhető tetten. Egyszerűbb esetekben bizonyos szöveges/képi anyagokban történik változtatás (pl.: kép retusálása, szöveg módosítása), de megeshet hogy eleve a hozzáférési adatokat módosítja a támadó.

Megoldási lehetőség: lásd 4-es pont.

- (8) A fiatalok által használt eszközökön és/vagy távoli tárhelyeiken (felhő) található adatok törlése. Ez az eset hasonlít részint a (3), részint a (6) és (7) esetekre. Itt a cél nem az adatok újbóli felhasználása, hanem végleges megsemmisítése (pl. kompromittáló képek).

Megoldási lehetőségek:

- (a) lásd (6) pont, valamint
 - (b) a valóban fontos adatokról célszerű egy teljesen más helyen/eszközön biztonsági másolatot is tárolni.
- (9) A fiatalok által látogatott weboldalak feltörése és/vagy elérhetetlenné tétele. Ennek kivédése elsősorban a szolgáltatók dolga. A fiatalokat annyiban érheti hátrány, hogy ha pl. az iskolai feladataik elkészítéséhez korábban rendszeresen látogatott hely elérhetetlenné válik, akkor megeshet, hogy nem tudják időben beadni a házidolgozataikat.
- (10) A fiatalok által látogatott weboldalakon található tartalmak hitelessége. A fiatalok házidolgozataik egyre nagyobb részét készítik el úgy, hogy hivatkozásaik kivétel nélkül a neten is megtalálható tartalmakra vonatkoznak. Sajnos még a Wikipédia esetében is beigazolódott, hogy

vannak olyan tartalmak, amelyeket bizonyos érdekcsoportok saját céljaik érdekében elferdítettek.

Megoldási lehetőség: az oktatók hangsúlyosabban hívják fel a diákok figyelmét arra, hogy a netes forrásokat kezeljék kellő kritikai fenntartásokkal, vagy olyan oldalakat látogassanak meg, amelyeket a tanár javasol. Az sem baj, ha a tanuló néha megtekinti a könyvtárban található nyomtatott forrásokat is.

- (11) A fiatalok által látogatott weboldalakon található tartalmak illetéktelen módosítása. Ennek kivédése rendszerint a szolgáltató és/vagy szerkesztők felelőssége.
- (12) A fiatalok adatait tartalmazó adatbázisok feltörése, s onnan az adatok ellopása. Ennek kivédése rendszerint a szolgáltató felelőssége.

Megoldási lehetőségek:

- (a) Tudatosítani a fiatalokban, hogy nem szükséges minden, számukra ismeretlen helyen regisztrálniuk.
 - (b) Ha mégis kíváncsiak, akkor hozzanak létre csak erre a célra használt e-mail címet, illetve alkossanak meg egy hamis profilt.
 - (c) Azt is célszerű tudatosítani a fiatalokban, hogy ha számos olyan helyen regisztrálnak, amelyiknél e-mail címet és jelszót kell megadni, akkor érdemes mindenhol legalább más jelszót használni. Ha ugyanis az e-mail cím és jelszó páros megegyezik mindenhol, akkor egy adatbázis feltörése révén könnyen hozzá lehet férni a felhasználók más adatbázisokban levő fiókjaihoz is.
- (13) A fiatal az életkorából adódó szellemi és értelmi színvonalára, illetve fejlődésére káros tartalmakat tud elérni. Ha ezek törvénybe ütköző tartalmak, akkor a szülő kötelessége (is) ezekről jelentést tenni a hatóságnál.

Megoldási lehetőségek:

- (a) Tudatosítani a fiatalokban, hogy ezek a tartalmak még nem nekik valók (sajnos a kíváncsiság rendszerint erősebb bennük, mint a szülői intelm megfogadása).
 - (b) A fiatalok által használt eszközökre olyan alkalmazást telepíteni, amelyik blokkolja az életkoruknak nem megfelelő tartalmak megjelenítését.
- (14) A fiatal a számára (is) veszélyes bűnözői csoportok hálójába kerül. Ennek több lehetősége is lehet:
- (a) Pedofilok: rendszerint más személyiségét veszik fel az interneten, pl.: híres celeb, vagy annak menedzsere/barátja, közel azonos korú fiatal, a szülők barátja/munkatársa, osztálytárs, távoli rokon. A megfontolt pedofilok valószínűleg attól függően választják ki az avatarjukat, hogy milyen módon és mit akarnak a fiattól. Ha „csak” a netes zaklatás, az intim képek megszerzése a cél, akkor gyakorlatilag az azonos korú fiatal, a szerelmes osztálytárs, a híres celeb, vagy annak fiatal és vonzó menedzsere a megszemélyesített ismerős. Ha a bűnelkövetés a valódi világban is realizálódhat (pl.: nemi erőszak, zsarolás), akkor vélhetőleg a szülők barátja/munkatársa, a távoli rokon egyaránt lehet választott szerep.
 - (b) Szélsőséges nézeteket valló csoportok (pl.: terrrorszervezetek): a fiatalok pillanatnyi szomorúságát, reményvesztettségét, hullámváz kedélyállapotát használják ki, a boldogság, a jobb élet, az elismertség és egyéb, a fiatal számára is vonzó lehetőségek felvázolásával. Céljuk, hogy a fiatal a csoport tagja legyen, esetleg olyan helyzetekbe keverik, hogy egy lebuksánál csak a naiv és gyanútlan fiattal tudja a rendőrség azonosítani, mint bűnelkövetőt.
 - (c) Kiberbűnözők: célpontjaik olyan fiatalok, akik rendszerint introvertált személyiségek, nagyon jól értenek a számítástechnikához, az informatikához, gyakorlatilag egész nap a gép előtt ülnek, s ahelyett, hogy

játszanának/tanulnának/szórakoznának, frissen megszerzett tudásukkal tesztelik a céges/kormányzati oldalak feltörhetőségét. Bevert gyakorlat, hogy egy viszonylag könnyen feltörhető oldalt hoznak létre a bűnözők, melyet a fiatal fel is tör. Ezután „levadásszák”, s megfenyegetik, hogy ha nem tesz meg számukra bizonyos dolgokat, feljelentik a rendőrségen, a gyámhivatalnál, stb.

- (d) Csalók: céljuk, hogy a fiattól adatokat, bizalmas információkat, esetleg valamilyen nemes ügy (pl.: állatvédelem) érdekében pénzt (vagy azzal egyenértékűként bankszámla hozzáférési adatokat) csaljanak ki.

Megoldási lehetőségek:

- (a) Tudatosítani a fiatalban (tanár, szülő, esetleg idősebb, érettebb testvér felelőssége), hogy az őszinteségéért nem kap büntetést, ha hibát követett el, akkor is értékes és szeretik.
- (b) Tudatosítani a fiatalban, hogy célszerű a ballépését minél előbb elmondania egy számára hiteles személynek, hogy a probléma ne súlyosbodjon, s minél hamarabb meg lehessen kezdeni annak elhárítását.
- (c) Megtenni a rendőrségen a bűnözőkkel, bűnbandákkal szemben a büntetőfeljelentést.
- (d) Szorgalmazni a rendőrségen, hogy mihamarabb hivatalosan lépjenek fel nem csak a bűnözők, hanem a tevékenységük és nézeteik megosztására használt oldalak/platformok/fórumok tulajdonosai/üzemeltetői ellen is.

Mivel a Z generáció rendszerint még a szüleivel él együtt, ezért érdemes legalább említés szintjén arról is szólni, hogy a szülőket is védeni kell, s biztosítani kell esetükben is az információbiztonságot. Ennek néhány fontosabb lépése:

- A fiatal lehetőleg ne használja a szülők technikai eszközeit (vagy ha igen, akkor szülői felügyelet mellett).

- Ha ez nem oldható meg, akkor legalább jelszóval védjék a közösen használt gépen található könyvtárakat, s állítsák/állíttassák be, hogy a fiatal nem lehet teljes értékű felhasználója a gépnek rendszergazai jogokkal.
- A családi nyomtató/scanner egy olyan gépen legyen, amelyik nem tartalmaz bizalmas és fontos adatokat, s így bármelyik családtag hozzáférhet.
- Ha van családi szerver, illetve hálózati adattároló (NAS), vagy médiaszerver, akkor ott a szülők rejtsek el gyermekeik előtt a bizalmas és fontos adatokat tartalmazó könyvtárakat.
- Ahogy a fiataloknak, úgy szüleiknek is illik fejben tartani a jelszavaikat.

Összefoglalás

Tanulmányomban a Z generációt érintő két hangsúlyos aspektussal foglalkoztam: oktatás és információbiztonság. A statisztikai adatok elemzésénél láthattuk, hogy ez a generáció a hazai összlakosság közel egyhatedét teszi ki. Rámutattam, hogy a Z generációsok, s az őket követő valamennyi generáció már beleszületett az internetbe, a digitális kor világába, így már koragyermekkorai szocializációjukban a digitális platformok (eszközök, programok, alkalmazások), illetve a platformokon található tartalmak jelentős szerepet játszanak. Láthattuk, hogy a generáció igazi tanítói (információközlői) részint saját nemzedékének a tagjai, részint a rendszerint idősebb generációk által tulajdonolt infokommunikációs platformok. A Z generáció – életkorából adódóan, s így komolyabb élettapasztalat hiányában – ki van téve az interneten (is) működő bűnözői csoportok támadásainak, ezért az információbiztonság humán aspektusa – beleértve a támadások kivédésére irányuló felkészítésüket, oktatásukat, információ- és adatvédelmi tudatosságukat – kiemelt jelentőséggel és fontossággal bír a számukra.

Irodalomjegyzék – felhasznált irodalom

Csehné Papp I. (2004): Közgazdaságtan tantárgy. In: Új módszerek a felnőttképzésben, (szerk. Suhajda Cs.) Kontakt Alapítvány, Nemzeti Felnőttképzési Intézet, Budapest, pp. 66-88.

Csehné Papp I. (2011): A társadalmi-gazdasági kihívásoknak való megfelelés érvényesítése az agrárszakképzésben. In: A református tanítóképzés múltja, jelene, jövője, (szerk. Pinczésné Palásthy I.) Kölcsény Ferenc Református Tanítóképző Főiskola, pp. 178-181.

Csehné Papp I., Molnár K. (2016): Vágyvezérelt munkakeresés vs. foglalkoztathatóság? A Z generáció munkaerő-piaci ismeretei, elképzelései és motivációi. XIX. Apáczai-napok. Tudományos Konferencia. Tanulmánykötet: Gondolkodási struktúrák és kreativitás. Győr, 2015.10.21-2015.10.22. Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar, pp. 29-37.

Csehné Papp I., Szabó K., L. Schwarczová, Hajós L. (2017): Ocakavania a predstavy „Z” generácie univerzitnych studentov od thru práce. (EXPECTATIONS AND VISIONS OF „Z” GENERATION OF UNIVERSITY STUDENTS IN RELATION TO THE LABOUR MARKET). *Acta Oeconomica Universitatis Selye* 6: (1) pp. 23-38.

Dyson, E. (1998): 2.0 verzió. Életünk a digitális korban. Budapest, HVG Kiadó, 352 p., ISBN: 963-7525-16-5

Gyaraki R. E. (2015): Számítógépes bűncselekmények és az ellenük való védekezés. In.: Christián L. (szerk.): Információvédelem. Budapest, NKE Szolgáltató Kft., 262 p., 175-222 pp., ISBN 978-615-5527-24-1

Haig Zs. (2015): Információ Biztonság Társadalom. Budapest, NKE Szolgáltató Kft., 291 p., ISBN: 978-615-5527-08-1

Horváth D. – Mitev A. (2015): Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv. Budapest, Alinea Kiadó, 393 p., ISBN: 978-615-5303-82-1

Kehal, H. S. – Singh, V. P. (2004): Digital Economy: Impact, Influences and Challenges. London, Idea Group Publishing, 395 p., ISBN: 1-59140-363-4

- Kentaro Toyama (2015): *Geek Heresy*. New York, PublicAffairs, 334 p., ISBN: 978-1-61039-528-1
- Ketskemény L. – Izsó L. – Könyves Tóth E. (2011): *Bevezetés az IBM SPSS Statistics programrendszerbe*. Budapest, Artéria Stúdió Kft., 579 p., ISBN: 978-963-08-1100-2
- Kollár Cs. (2011): *A budapesti ifjúság fogyasztói csoportkultúrája az info-kommunikációs társadalomban, és ennek marketingkommunikációs aspektusai*. Budapest, PREMA Consulting, 173 p., ISBN: 978-963-7044-20-5
- Kollár Cs. (2011): *Digitális nemzedékek Magyarországon és külföldön.* In: Borgulya Á., Deák Cs. (szerk.): *Vállalati kommunikáció a 21. század elején*. Miskolc, Z-Press Kiadó, 327 p., 217-231. pp., ISBN:978-963-642-430-5
- Kollár Cs. (2012): *A kiterjesztett valóság (Augmented Reality) (nem csak) üzleti és marketinges lehetőségei*. In: Farkas A., Kollár Cs., Laurinyecz Á. (szerk.): *A filozófia párbeszéde a tudományokkal: A 70 éves Tóth Tamás professzor köszöntése*. Budapest, Protokollár Tanácsadó Iroda, 447 p., 159-171 pp., ISBN:978-963-7044-61-8
- Kollár Cs. (2014): *Életünk a digitális korban*. In.: Kollár Cs. – Tóth R. (szerk.): *Pedagógia a digitális korban*. Budapest, Prema Consulting, 1-30 pp, ISBN: 978-963-7044-65-6
- Kollár Cs. (2014): *Kísérleti jegyzet a digitális kommunikáció című tantárgyhoz 2.0 változat*. Budapest, PREMA Consulting, 159 p., ISBN: 978-963-7044-75-5
- Kollár Cs. (2014): *Pedagógia.a.digitális.korban.* *A Magyar Tudomány Ünnepe alkalmából rendezett Új kihívások és lehetőségek a Z generáció oktatásában című konferencián elhangzott előadás prezentációja*, Időpont: 2014. november 19., Helyszín: Gödöllő, Link a prezentációra: <http://www.slideshare.net/drkollarcsaba/pedagogiaadigitaliskorban>
- Kollár Cs. (2014): *Szervezeti.kommunikáció.a.digitális.korban.* *A közösségi média és az új digitális technológia használata a beiskolázásban című konferencián elhangzott előadás prezentációja*, Időpont: 2014. november 27., Helyszín:

Budapest, Link a prezentációra:
<http://www.slideshare.net/drkollarcsaba/szervezet-ikommunikacioadigitaliskorban>

Kollár Cs. (2015): Intézményi kommunikáció a digitális korban: A digitális platformok használata a pedagógiában és a beiskolázásban. A duális képzés és a vállalati gyakorlatok hatása az intézményi kommunikációra című Kommunikációmenedzsment konferencián elhangzott előadás prezentációja, Időpont: 2015. november 6., Helyszín: Szent István Egyetem, Gödöllő, 1-47 pp.

Lessig, L. (2004): Free culture. How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity. New York, Penguin Group., 346p., ISBN: 1-59420-006-8

Levine R., et al. (2001): Cluetrain - a hagyományos üzletmenet végnapjai. Budapest, Typotex, 219 p., ISBN: 963-9326-22-4

Mészáros Aranka, Kollár Péter (2016): Különböző generációk munkaérték vizsgálata In: BKIK GSZT (szerk.) Megújulás és fenntarthatóság Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara, pp. 70-80. (ISBN:978-963-89734-3-6)

Mitnick, K. D. – Simon, W. L. (2006): A legendás hacker. A behatolás művészete. Budapest, Perfact-Pro Kft., 311 p., ISBN: 963-864-725-6

Nábrády M. (2014): A megtévesztés művészete. Budapest, Libri Kiadó, 139 p., ISBN: 978-963-310-233-6

Saphiro, C. – Varian, H. R. (2000): Az információ uralma. A digitális világ gazdaságtana. Budapest, Geomédia Kiadó, 383 p., ISBN: 963-7910-74-3

Schneier B. (2010): Schneier a biztonságról. Budapest, HVG Kiadó, 295 p., ISBN: 978-963-304-026-3

Wallace P., (2002): Az internet pszichológiája. Budapest, Osiris Kiadó, 312 p., ISBN: 963-389-233-3

Warren, P. – Streeter, M. (2005): Az internet sötét oldala. Budapest, HVG Kiadó, 256 p., ISBN: 963-7525-815

SZEMPONTOK A Z GENERÁCIÓ HATÉKONYABB TANÍTÁSÁHOZ

Bácsi János

SZTE Juhász Gyula Gyakorló Általános és Alapfokú Művészeti Iskolája,
Napközi Otthonos Óvodája
bacsi@igykp.szte.hu

Absztrakt

Csak akkor lehet a z generáció intézményesített oktatásához megfelelő módszereket és munkaformákat találni, ha ismerem a generáció készségeit, képességeit és attitűdjét. Ha ismerem a valaha létezett pedagógiákat, és a cél érdekében tudok közülük válogatni. Ha ismerem, hogy hogyan és miért alakult át az emberiség információ tároló rendszerének a hálózata, és ez hogyan hatott az érintett generációra. És ha ismerem, hogyan változott meg ennek a generációnak az információfeldolgozása az előző generációkhoz képest.

Kulcsszavak: digitális pedagógia, információszerzés, memória, tudástárak, z generáció

Bevezetés

A Z generáció hatékonyabb oktatásához több tudomány kutatási eredményeit érdemes figyelembe venni: 1. Célszerű vizsgálni azt a képet, amelyet a z generáció készségéről, képességéről és attitűdjéről alakított ki a szociológia, a pedagógia és a pszichológia, hiszen csak ezek ismeretében lehet olyan módszereket és munkaformákat ajánlani a pedagógusoknak, amelyek segítségével eredményesen lehet tanítani ezt a generációt. Eredményesség alatt azt értem, hogy a tanítás folyamatában a tanulók minimális műveleti erőfeszítéssel maximális világtudásra tegyenek szert, lehetőleg sajátítsák el a tananyagot az iskolában, és olyan munkaformákban dolgozzanak, amely biztosítja az ismeretszerzés folyamatában a jó hangulatot. 2. Érdemes áttekinteni a valaha létezett pedagógiákat, hiszen azok között találhatunk olyan elemeket,

amelyek a z generáció tanítására alkalmasak lehetnek, hiszen ha elfogadjuk azt az állítást, hogy a Z generáció vizuális generáció, akkor például a szemléltetés pedagógiájának lehet jelentősége a tanítás megtervezésében, de a többi pedagógiában is találunk használható ötleteket. 3. Ha pedig az emberi gondolkodás eredetét tekintjük át, láthatjuk, hogy az evolúcióval foglalkozó kutatók megjósolták, hogy be fog következni a fejlődésnek egy olyan korszaka, amikor a személyi számítógép a világhálóra kapcsolódva fogja ellátni az információszerzés és –feldolgozás alapfeladatát. Munkámban a fenti három területet a Z generációra vonatkoztatva tekintem át vázlatosan.

A Z generáció néhány jellemzője

Mielőtt jellemezném a Z generációt, célszerű tisztázni a generáció fogalmát, hiszen ez a fogalom is jelentősen változott az elmúlt három évtizedben. A szociológusok sokáig egy generáció alatt azt az időintervallumot értették, amely a szülők és utódaik között eltelt átlagidő determinált. Ma a következő meghatározás a legelfogadottabb: *„A generáció olyan személyek csoportja, akik azon a történelmi időn és téren osztoznak, mely kollektív személyiséget biztosít nekik”* (McCrindle – Wolfinger, 2010). Ebből a definícióból a kollektív személyiséget emelném ki, hiszen a kollektív személyiség jegyei lesznek a z generáció jellemző tulajdonságai, mint például:

- az 1990-es évek eleje és a 2000-es évek eleje között születtek,
- a generáció minden tagja rendelkezik korszerű infokommunikációs eszközzel,
 - ugyanazokat a weboldalakat böngésszik,
 - ugyanazokat a filmeket nézik,
 - ugyanazokat a zenét hallgatják,
 - ugyanazok a divatmárkák határozzák meg öltözködésüket,
 - ugyanazokat az ételeket fogyasztják,
 - az eddigi generációk közül a leghosszabb időt töltik iskolákban,
 - általában 30 év felettiiek a szüleik születésükkor,

- általában nincs testvérük,
- vizuálisan dolgozzák fel a legtöbb információt,
- könnyedén kezelnek hatalmas információmennyiséget,
- gyorsan kiismerik a különböző helyzetekben magukat,
- szimultán képesek több tevékenységet folytatni,
- politikailag elkötelezettek,
- környezettudatosok,
- gyorsabban tudnak dönteni, mint az előző generációk tagjai,
- korlátozott kódot használnak,
- problémamegoldásuk globális,
- könnyen elérnek minden információt stb. (McCrindle – Wolfinger, 2010, Gyarmati, 2012).

A fenti jellemzők miatt a Z generáció készségei, képességei és attitűdjei úgy változtak meg, hogy például az előző generációkhoz képest nehezen jegyeznek meg információkat, hiszen azokat eszközeik segítségével azonnal eléri, így szükségtelennek tartják azok megtanulását, hosszú távú memóriájukba való beépítését, ezért verbális memóriájuk romlik, a vizuális viszont erősödik (erről a későbbiekben lesz még szó). A tanulásban az információszerzésben a verbalitás, a kézírás is háttérbe szorul, több alkalommal láttam például nyolcadikosaimnál, hogy az órai vázlat pótlása úgy történik, hogy az egyik gyerek okostelefonjával lefényképezte a másik gyermek füzetének vonatkozó oldalait, vagy a beteg gyerekek úgy juttatták el a házi feladatot, hogy a lefényképezett füzetlapokat vagy táblaképet küldték el Viberen. Motiválni sem lehet a Z generációt a pedagógiában eddig bevált módszerekkel, hiszen érdeklődésüket elsősorban a hármas asszociáció elvével működő „valamik” kötik le, azaz ha azonos időben látja, hallja és manipulálja az információforrást. Akkor hatékonyak a tanulásban, ha egyszerre több információt kell feldolgozniuk. Az elmondottakból adódóan soha nem volt akkora szakadék diákok és pedagógusok között, mint a Z generáció tagjai és a pedagógusaik között. Ez az ellentét elsősorban abból adódik, hogy egy többségében verbálisan gondolkodó, verbális

információkat feldolgozó, megosztott figyelemmel nem rendelkező, vagy azt nem hatékonyan használó, a szavak és a könyvek pedagógiáján felnőtt nemzedék akar tudást átadni egy vizuálisan gondolkodó, párhuzamosan több információt feldolgozó, az infokommunikációs eszközöket automatikusan használó, a digitális pedagógián kívül minden mást elutasító generációnak. Csak akkor lehet hatékonyan tanítani az iskolában a Z generáció gyermekeit, ha figyelembe vesszük, hogy az információszerzési és –feldolgozási technikáik, tanulási szokásaik és gondolkodási formáik jelentősen megváltoztak, átalakultak az őket megelőző nemzedékekéhez képest.

Mit szól a Z generáció a valaha létezett pedagógiákhoz?

A valaha létezett pedagógiák között találjuk a szavak és könyvek pedagógiáját, a szemléltetés pedagógiáját, a reformpedagógiákat (Falus, 2013), a konstruktivista pedagógiát (Nahalka, 2003), a kognitív pedagógiát, a projektpedagógiát és a digitális pedagógiát.

A szavak és a könyvek pedagógiája esetén minden ismeret alapját a tanítói magyarázat és a könyvek szövege adja. Ebben a pedagógiában a tanítás logikája deduktív, célja pedig egyes gondolati rendszerek elsajátíttatása. A Z generációtól nagyon messze áll ez a pedagógia, hiszen itt a tanítás eszköze a természetes nyelvi kommunikáció, és már láttuk, hogy a Z generáció esetén ez a módszer a legkevésbé hatékony, mert nem segíti a képi gondolkodást és a hármas asszociáció elvét. (Ma Magyarországon a tanítási órák több mint felén a szavak és a könyvek pedagógiájának a segítségével próbálják a tanárok megvalósítani a tudásátadást. Véleményem szerint pedagógiánk sikertelenségének ez az egyik fő oka.)

A szemléltetés pedagógiájának az új didaktika alapja az empirizmus. Elterjed az asszociációs elmélet. A tanítás logikája induktív. Comenius didaktikája a XVII. századtól évszázadokig meghatározó lesz. Ez a pedagógia már kicsit közelebb áll a Z generációhoz, hiszen legfontosabb eleme a szemléltetés, a vizuális hatás, ami segíti a képi gondolkodást. Természetesen

ma úgy kell értelmeznünk a szemléltetés pedagógiáját, hogy az olyan digitális taneszközöknek a segítségével történik, ahol a tanuló maga manipulál a taneszközzel, annak a segítségével eliminál új ismereteket és/vagy old meg problémákat. Ma a magyar iskolák többségének a házi rendjében szerepel, hogy órán nem vehetnek elő a tanulók okostelefont, vagyis megtiltják nekik a korszerű szemléltetés lehetőségét.

A reformpedagógiák a XX. század elejétől terjednek (Montessori, Waldorf, Freinet stb.) Két jellemző gondolat hatja át valamennyi irányzatot: 1. Minden eddigi pedagógiát elutasít, szembehelyezkedik azokkal. 2. Gyermekközpontú pedagógia létrehozása a célja. Alternatív iskolák jönnek létre. A projekt-módszer terjedni kezd (Csehné, 2004; 2011). Ezeknek az irányzatoknak két gondolatát kell megtanulni a Z generáció hatékony oktatásához. Egyik a gyermekközpontúság, amiről azt gondolom, minden pedagógiának az alapját kellene, hogy képezze. (Az egyik PISA mérés mért iskolai kötődést, és ebből kiderül, hogy a magyar gyerekek azok, akik a legkevésbé szeretnek iskolába járni. Ennyit a gyermekközpontú pedagógiánkról.) A másik a projekt-módszer, amely mára önálló pedagógiai irányzattá nőtte ki magát, és amelyről később szólok, hiszen az egyik olyan pedagógiai irányzat, amely alkalmas a Z generáció hatékony oktatására.

A konstruktivista pedagógiát röviden a következőkkel jellemezhetjük: Véleményük szerint a tudás velünk születik, ezért a tanulás csak a tudásstruktúrák módosulását jelentheti. A tanulás nem vezet a tudás kumulatív növekedéséhez. A pedagógusnak csak szervező-irányító feladata van, tudást nem ad át. Ebből a Z generáció iskolai oktatásával kapcsolatban a tanárszerepet emelném ki. Ha valóban engednénk a Z generáció gyermekeit, hogy az infokommunikációs eszközök segítségével szerezzenek tudást, akkor a feladatunk az maradna, hogy megszervezzük a feltételeket, a munkaformákat, hogy biztosítunk a tanulók számára digitális tananyagot. A forgószínpad rendszerű csoportmunkánál erről még ejtek szót.

A kognitív pedagógia az alábbi állításokkal jellemezhető: A tanulás az agy neuronjainak állapotváltozása. A tudás egy neuronháló kiépülése és rögzülése. A tanulás folyamat, vannak kritikus periódusai. A megismerés komplex. A különböző tudástípusokért más-más agyterület felelős. Ha a megismerés komplex, akkor a Z generációnak vannak előnyei az őket megelőző generációkkal szemben a tudásszerzés területén, hiszen ők képesek az információk párhuzamos feldolgozására, vagyis a tanítási órákon nem tiltani kellene, hogy több információs eszközt használjanak egyszerre - ezalatt azt is értem, hogy csoportban vagy párban megbeszélhessék, amit az infokommunikációs eszközökön hallottak és/vagy láttak-, hanem éppen erősíteni, megszervezni a megfelelő munkaformák kialakításával a párhuzamos információszerzés és –feldolgozás lehetőségeit. Ha a különböző tudástípusokért más-más agyterület a felelős, akkor azt is el kell fogadnunk, hogy a Z generáció más-más tudásban lesz erős, más-más módszerekkel, gondolkodási stratégiákkal old meg problémákat, mint ahogy mi azt elképzeltük. Ezt a legnehezebb egy tanítási folyamatban megvalósítani, hiszen a pedagógusok lineárisan, feladatra terveznek, a Z generáció tagjai viszont globálisan oldanak meg problémát.

A projektpedagógiát jellemzi az adott téma sokoldalú megközelítése, így minden tanuló talál a maga szintjéhez igazítható problémát, amelynek megoldása az egyénnek sikerélményt ad, a közösség munkáját pedig előreviszi. Jellemzi még a tantárgyköziség, ami megfelel a Z generáció globális gondolkodásának valamint párhuzamos információfeldolgozásának, hiszen az adott probléma megoldásához valamennyi tantárgy tudásanyagát egyszerre, párhuzamosan kell használni. Jellemzi még ezt a pedagógiát az életszerűség, mert célja mindig valamilyen produktum létrehozása úgy, hogy a produktumválasztás messzemenően figyelembe veszi az adott tanulóközösség igényét. Talán a projekt az, ami a Z generáció ismereteit, képességeit, kompetenciáit optimális fejleszti, és a gyermekek nagyon

szeretnek projektben dolgozni, vagyis ehhez a módszerhez mindig pozitív a tanulói attitűd. A probléma az, hogy Magyarországon még nincs nagy hagyománya, idegenkednek tőle a pedagógusok, mert nagyon sok vele a munka, és az előíró tanterv szinte lehetetlenné teszi egy projekt megvalósítását. Pedig a Z generációnak ez kellene a legjobban.

A digitális pedagógia ennek a generációnak a pedagógiája, hiszen ez a pedagógia a legtöbb esetben úgynevezett korlátozott kódot használ: kevés szöveg, sok kép, ábra, jel stb. Ez a pedagógia segíti legjobban a képi gondolkodást és a globális problémamegoldást, ami a Z generáció legfontosabb jellemzői közé tartozik. Itt kell még elmondani, hogy az oktatásban a számítógép megjelenésével átalakul a tanítási-tanulási környezet. A technikai feltételek megléte mellett a tananyag tartalma, az oktatás módja és a tanári hozzáállás is megváltozik. A tudásalapú társadalmi igény velejárója, hogy a hagyományos ismeretszerzésről áthelyeződik a hangsúly az információszerzési technikákra, az információkezelési, kommunikációs és szociális képességek kialakítására. Előtérbe kerülnek az iskolán kívüli tanulás eszközei (otthoni számítógéphasználat, internet), a csoportos és egyéni tanulási munkaformák. Tudomásul kell vennünk, hogy a számítógép bekapcsolódott az emberi kommunikáció folyamatába. Hogy a digitális pedagógiát a valaha létezett pedagógiákkal lehetetlen összeegyeztetni, nem az a helyes felfogás, ha a szavak és a könyvek pedagógiájába csempészünk egy kis digitális pedagógiát, hanem éppen fordítva, a digitális pedagógiába kell néha csempészni a többi pedagógiából egy kis „ezt-azt”.

A Z generáció tagjai azt mondták, mondják elég a digitális pedagógia. Mire én ellenérvként azt hoztam, hozom fel, hogy akkor digitális eszköz segítségével hogyan készítik el a zsíros kenyeret. Ők a felvetésemben nem láttak, látnak problémát, mert rendelnek zsíros kenyeret a neten. Rendben, de ha akitől rendeltek, az is csak digitális tudással rendelkezik, ő is csak rendelni tud... Hamar éhen halunk. Minden valaha létezett pedagógiára szükség van, csak ki kell tudni belőlük válogatni

azt, ami a leghatékonyabb a Z generáció tanítására, valamint meg kell találni ezek arányát.

Ezt a részt összegezve, el lehet mondani, hogy a valaha létezett pedagógiák szinte mindegyikében találunk olyan gondolatot, ami segít hatékonytá tenni a Z generáció intézményesített oktatását. Ilyen a szemléltetés fontossága, a gyermekközpontúság, a megváltozott tanári szerep elfogadása, megtanulása, a párhuzamos információszerzés és –feldolgozás megszervezése, a projektek megtervezése a gyermekekkel együtt, a forgószínpad rendszerű csoportmunka megvalósítása, a digitális eszközök állandó jelenléte a tanítási órákon, és azok használatának engedélyezése, lineáris feladatmegoldás helyett globális problémák felvetése, nagyon sok páros és csoportmunka szervezése. Ezeknek a céloknak a megvalósítására talán a forgószínpad rendszerű csoportmunka a legalkalmasabb (Bácsi – Belájszki 2012), amikor úgy szervezem meg a tanítási órán a munkát, hogy a csoportok vándorolnak egyik helyszínről a másikra, és a különböző helyszíneken különböző típusú feladatokat oldanak meg csoportban, különböző módszerekkel és munkaformában. A problémák megoldásához bármilyen segédeszköz szabadon használható, természetesen még a saját okostelefon is.

Az emberi gondolkodás fejlődésének néhány aspektusa

Ha az idő függvényében vizsgálom az emberi gondolkodás fejlődését úgy, hogy azt nézem meg, egy problémamegoldáshoz milyen tudástárakat használhattak fel az emberek, akkor a következő megállapításokat tehetem:

Először csak a fejükben tárolt információk álltak rendelkezésükre a problémamegoldáshoz. A nyelv kialakulása előtt ez az epizodikus és a mimetikus memória lehetett. Ma is van a hosszú távú memóriánknak egy olyan része, amit önéletrajzi vagy epizodikus memóriának nevezünk (Baddeley, 2001), ahol azt a tudást, információt tároljuk, amit úgy szereztünk meg, hogy átéltünk eseményeket. Ez egy nagyon erős memóriatípus, a főemlősök is rendelkeznek ilyen

memóriával. A mimetikus memóriánk biztosítja azt, hogy vizuális megfigyeléseink alapján utánozni tudjuk a megfigyelt személy cselekvéssorozatát. Ez a procedurális tudásunk egy részét képezi, amit a hosszú távú memóriánk procedurális részében tárolunk. A tanulásnak ez is egy fontos eleme, különösen kisgyermekkorban, és az epizodikus memóriánk mellett ez is működött már a beszéd megjelenése előtt. A Z generáció gondolkodásának, problémamegoldásának megváltozását talán éppen az is okozta, hogy jelentősen megszakadt a kapcsolatuk azzal az empirikus valósággal, ahonnan az őket megelőző generációk az epizodikus és mimetikus tudásukat szerezték. A Z generáció az epizodikus és a mimetikus tudásuk nagy részét a számítógépük segítségével szerzik be, és ez nem ekvivalens a tárgyi világ valóságával, csak annak egyik típusú lenyomata.

Az egyik döntő változást a beszéd megjelenése hozta az emberiség fejlődésében, hiszen ezzel megjelent a tudásátadás verbális módja, valamint a verbális gondolkodással történő problémamegoldás. Így az agyunkban található tudástár három fő komponense jellemezhető: 1. epizodikus reprezentációk, 2. mimetikus reprezentációk, 3. nyelvi reprezentációk. A fejünkben tárolt tudás főbb összefüggései a következők: *„A mimetikus reprezentációk az epizodikus tudásra épülő metaforikus, ismételhető ön-reprezentációk, ezért az epizodikus kimenetek definíció szerint elérhetők a mimetikus reprezentációs folyamat számára... A viszony aszimmetrikus: az epizodikus rendszerek nem tudják modellálni a mimetikus reprezentációs rendszer kimeneteit... A beszéd és a narratív készség... Magában foglalja az epizodikus és mimetikus anyagra vonatkozó elraktározott kommentárok gyűjteményét...* (Donald, 2001). Az idézet alapján még szembe tűnőbben megfogalmazható a Z generáció és az őket megelőző generációk konfliktusa: A Z generáció epizodikus reprezentációi egy virtuális világból származnak, így az ebből létrehozott mimézisek nagy része szintén virtuális, sőt az ezekről szóló nyelv is egy virtuális világot tükröz, virtuális viszonyokkal. Az

őket megelőző generációk pedig az aktuális világból gyűjtötték/gyűjtik epizodikus reprezentációikat, ebből hozzák létre miméziseiket, és nyelvük is erről szól, vagyis nem tűnik túlzónak az a megállapítás, hogy a Z generáció és az őket megelőző generációk nem ugyanarról a világról beszélnek, és nem ugyanazt a nyelvet használják. Gondoljuk át ezt a problémát egy másik megközelítésből! „*A tárgyak, a nyelv, a gondolkodás és a szabályrendszerek szétválaszthatatlan rendszert képeznek. A tárgyakról szóló nyelv, mint szabályrendszer és gondolkodási forma ennek egyik legnyilvánvalóbb példája* (Csányi, 2003). Az idézet szerzője szerint az emberek tárgyfüggők. Előbb ismertek/készítettek tárgyakat, ragaszkodtak tárgyaikhoz, háborúztak tárgyakért stb., minthogy elkezdtek volna beszélni. Amikor elkezdtek beszélni, ez a beszéd a tárgyakat nevezte meg, valamint a tárgyak közötti viszonyokat. A tárgyakról szóló nyelv elsősorban nem a nyelv szabályrendszere, hanem a tárgyak között megállapított kapcsolatok szabályrendszere, amit a nyelv próbál tükrözni. És ezek a tárgyak közötti deklarált viszonyok tükrözik a gondolkodásunkat. Ha viszont egyre többet ismerünk meg empirikusan az aktuális világból, valamint az aktuális világ elemei között egyre több, egyre részletesebb összefüggést tárunk fel, ennek reprezentálása egyre bonyolultabb nyelvet igényel, és ez egyre bonyolultabb gondolkodást. És ez a meredeken emelkedő körforgás: tárgyak – nyelv – szabályok – gondolkodás... soha nem áll meg. Viszont ha változnak a körforgásban a tárgyak, akkor a folyamat többi eleme is kénytelen változni. Ez következett be akkor, amikor a Z generáció megalkotta a maga virtuális világát, és a virtuális világ tárgyait, a virtuális viszonyokat (netkapcsolat), amihez kellett egy olyan nyelv, ami ezt tükrözi. Ennek a három elemnek a változása viszont óhatatlanul visszahatott a Z generáció gondolkodására, többek közt ezért jön létre a párhuzamos információfeldolgozás, a képi gondolkodás előtérbe kerülése, a verbalitás mellőzése stb. És nem mondhatjuk azt, hogy az ő rendszerük rossz, vagy rosszabb, mint amit mi használunk,

egyszerűen csak más. De ennek jobb megértéséhez még meg kell ismernünk tudásunk többi tárhelyét, és azok használatának szokásait.

Amikor már annyira felhalmozódott az emberiség tudása, hogy nem tudott mindent a fejében elraktározni, elkezdte a tudást hagyományos külső tároló rendszerekbe pakolni (Donald, 2001). Ehhez meg kellett születnie a vizuális nyelvnek, az írásnak és az olvasásnak, hogy az eddig csak verbálisan rögzített tudás az agyból kikerüljön az úgynevezett hagyományos külső tároló rendszerekbe. Így születtek meg először a kéziratok, majd a könyvek, enciklopédiák, lexikonok stb. Ettől kezdődően az információszerzésnek, a tanulásnak két módja volt: vagy verbális úton, beszélgetések során, tanári magyarázattal, ez volt a régi verbális interakciós információszerzés, vagy olvasással, ami az új utat jelentette, a vizuális nyelvi interakciót az aggyal. Vagyis elkezdődött a két tárhely interakciója. Ezzel azonnal el is indult a vita a pedagógiában (ami a mai napig tart, pedig már másról kellene beszélni, ez a probléma a Z generációt nem érinti és nem is érdekli) arról, hogy mi a tanulás célja: Minél több ismeretet beépíteni az agyba (memorizálás, az agyban található memóriák feltöltése, az eliminálás), vagy azt megtanulni, hogyan kell a hagyományos külső tároló helyeket használni az információszerzésben (az értő olvasás problémája, az információkeresés lehetőségei a könyvekben).

A XX. század második felétől megjelentek a személyi számítógépek, ezzel létrejött a harmadik tudástár, az úgynevezett külső elektronikus tudástár (Donald, 2001). A személyi számítógépeknek több előnye van a könyvekhez vagy az agyunkhoz képest, még akkor is, ha nincs könyvszaguk: Egyetlen gép tárhelye képes egy kisebb könyvtárnyi információt tárolni. A laptop, a tablet, az okostelefon segítségével ez a mérhetetlen mennyiségű információ könnyen magunkkal vihető. Hatalmas mennyiségű álló- és mozgókép tárolható rajta. Lehet olyan manipulációkat végezni a segítségével, ami jelentősen megkönnyíti és felgyorsítja az információfeldolgozást. Például aki szótárazott papíralapú

szótárral és számítógéppel, az érzi ezt a különbséget, vagy aki írt tanulmányt (mint én) írógépen és számítógépen, az is, vagy aki képet akart beletenni egy szövegbe, és ehhez ollója volt és ragasztója, vagy számítógépe, az is. Nem véletlen, hogy a személyi számítógép tömegcikké vált, és napjainkban már ezt kéri karácsonyra a hatévesek, nem a hajas babát vagy villanyvasutat. Az információszerzés- és -feldolgozás evolúcióját a XX. század utolsó évtizedére megkoronázta egy legújabb tudástár megjelenése, ez a világméretű elektronikus rendszerek (pl. internet), monások létrejötte (Donald, 2001), terjedése, és mindenki által való hozzáférésének a lehetősége. Ezzel az információszerzés legyőzte napjainkra a tér-, idő- és mennyiség akadályt, hiszen a net segítségével valós időben bárholnan szinte bármekkora adatmennyiséget le tudunk tölteni. Még a XX. század második feléig az emberiség legnagyobb problémája az volt, hogy hosszú idő alatt kevés információhoz tudott hozzájutni, napjainkra ez a probléma megfordult. Napjainkban az emberek többségének az a legnagyobb problémája, hogy túl rövid idő alatt akkora információáradathoz jut, amit nem tud feldolgozni. (Ezért vált például az információszerzés és –feldolgozás napjainkra az egyik legnagyobb piaci értékke.) De nem így van ezzel a Z generáció, aki abba a korszakba született bele, ahol az információval való manipulálásban (itt manipulálás alatt különböző tevékenységeket értek: információszerzés, -feldolgozás, -tárolás, -visszakeresés, -átadás stb.) már a világméretű elektronikus rendszerek, a laptopok, a tabletek és az okostelefonok domináltak. Ezért nekik nem okoz akkora gondot az információáradat kezelése, hiszen párhuzamosan tudják azokat feldolgozni, a verbális gondolkodás helyett a képi gondolkodás került előtérbe náluk, profi felhasználói az infokommunikációs eszközöknek stb. Vagyis ha az eddig elmondottakat megpróbáljuk összefoglalni, akkor leegyszerűsítve a problémákat azt mondhatjuk, hogy az emberiség eddigi története során az információtárak négy típusát hozta létre:

Az agyunkat, ahol a hosszú távú memóriánkban tároljuk tudásunkat.

A hagyományos külső tároló rendszereket, a könyveket, ahol rögzítette az addig csak verbálisan létező információkat.

A külső elektronikus tároló rendszereket, a személyi számítógépeket, laptopokat, tableteket, okostelefonokat.

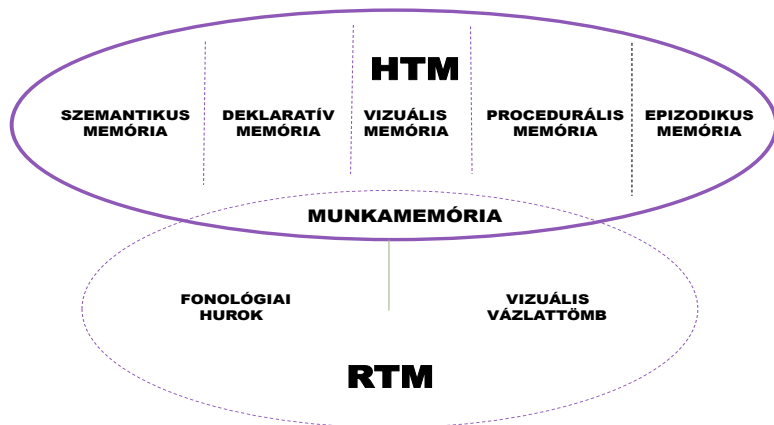
A világméretű elektronikus rendszerek, ahol az információ szinte korlátlanul elérhető.

Napjainkban az információszerzés, a tanulás a négy tudástár különböző interakcióin keresztül valósul meg. Ha ezt rávetítjük a problémamegoldás folyamatára, a következő megállapításokat tehetjük: Az első időben semmi más nem állt az ember rendelkezésére a tudás tárolásához, mint a saját agya, így problémát sem tudott más eszköz segítségével megoldani. Aztán az írásbeliség megjelenésével, a könyvek terjedésével a gondolkodás mellett ott voltak a könyvek, vagyis ha nem tudtunk egy problémát gondolati úton megoldani, kereshettünk segítséget a megoldáshoz a könyvekben. Aztán a személyi számítógépek megjelenésével a problémamegoldás menetébe bekapcsolódott a számítógép, végül pedig a világháló. Ma egy Z generációnál idősebb ember problémamegoldásnál a következő információs tárolókat használja, és általában a következő sorrendben is: 1. A saját fejét használja, gondolkodik a problémán, akár hosszú időn keresztül is. 2. Majd a könyvekben keres megoldási javaslatokat a problémára, akár elmegy könyvtárba is. 3. bekapcsolja a személyi számítógépét, és annak a segítségével próbálja kezelni a problémát. 4. És ha az eddigiek nem vezettek eredményre, akkor rácsatlakozik a világhálóra, és valamelyik keresőprogramba beüti a problémát, vagy annak kulcsszavait (aztán a találatok nagyon magas száma újabb problémát fog jelenteni a számára). 5. Ha az előző négy közül egyikkel sem boldogult, segítséget kér ismerőseitől, ismerőseitől, vagy lemond a probléma megoldásáról. Egy Z generációs nem ezt az utat járja végig, és az is biztos, hogy nem ilyen sorrendben. Hogyan használja a Z generáció a tudástárakat egy probléma megoldásában? 1. Miután felfogta a problémát,

nem gondolkodik lehetséges megoldásokon, hanem azonnal fellép a világhálóra, és elkezd ott megoldást/megoldásokat keresni. 2. Ha esetleg itt nem talál kielégítő megoldást a problémára, akkor vagy más társas rendszerben kér segítséget barátaitól, ismerőseitől, és/vagy felteszi a problémáját valamelyik ilyen célra kifejlesztett keresőfelületre. És itt véget ér a problémamegoldás, mert egy Z generációs ember szerint, ha egy problémára nem talál megoldást a világhálón, akkor az a probléma nem is létezik. Láthatjuk, hogy a z generáció és az őket megelőző generációk a problémamegoldáshoz a tudástárakat teljesen más sorrendben használják. A Z generációk azzal a tudástárral kezdik a probléma kezelését (világháló), ahol a többi nemzedék befejezi. És szintén nem mondhatjuk, hogy a tudástárak ilyen irányú kezelése rossz, vagy rosszabb, mint a többi generációké, hanem egészen egyszerűen csak más, és sokszor ez a hatékonyabb. Az sem igaz, hogy a Z generáció tagjai nem olvasnak könyveket. De igen, olvasnak szépirodalmat, csak a könyveket elsősorban már nem problémamegoldásra használják, hanem szórakozásra.

Végül nézzük meg, hogyan változott/változik a Z generáció memóriáinak feltöltése, és az információk előhívása, vagyis hogyan használja ez a nemzedék a memóriáit. Az 1. ábrán a memóriák egy lehetséges „modellje” látható. Az RTM a rövid távú, a HTM pedig a hosszú távú memóriát jelenti.

1. ábra: Hosszú és rövid távú memória



Forrás: saját szerkesztés

A rövid távú memóriánk soha nem üres, ha például arra gondolunk, hogy nem gondolunk semmire, akkor az van benne. A rövid távú memóriánknak két blokkja van, a fonológiai hurok és a vizuális vázlattömb (Donald, 2001). A verbális információ az RTM fonológiai hurkába érkezik, itt meg tudjuk őrizni rövid ideig, majd vagy elimináljuk, beépítjük a munkamemóriánk segítségével a HTM valamelyik blokkjába, vagy feledésbe merül, mert törli egy új információ. Hasonlóan működik a vizuális vázlattömb, csak itt a vizuális ingerek kerülnek feldolgozásra. Az RTM kapacitása véges, általában hét egységet tudunk megjegyezni benne egyszerre. A Z generációt megelőző nemzedékeknél az információszerzésben a fonológiai hurok dominál. A Z generációnál viszont jelentős elmozdulás történt a vizuális vázlattömb irányába, hiszen ők azokat az információkat dolgozzák fel a leghatékonyabban, amikor az RTM-jük mindkét blokkja dolgozik, vagyis párhuzamosan érkezik a vizuális és a verbális információ, és még növeli az eredményességet, ha ők manipulálhatnak az információkkal (hármasszociáció elve). A képi információk előtérbe kerülése, valamint a párhuzamos

feldolgozás miatt változik a Z generáció munkamemóriája és HTM-je is. A munkamemória ennél a generációnál könnyen és gyorsan eliminálja a képi információkat, képes a vizuális és a verbális információt egyszerre eliminálni. A HTM szemantikus memória blokkjának több összeköttetést kell létrehoznia a vizuális memóriával, mint amennyi az előző generációknál volt. Megjósolható ennek következtében, hogy változni fog a Z generáció asszociációs hálózata, egy verbális inger több képi információt fog előhívni, mint az előző generációk idején. A deklaratív memória gyengülni fog, hiszen a Z generáció tagjai nem tanulnak szabályokat, hanem megkeresik a világhálón. A procedurális tudásuk is átstrukturálódik, az infokommunikációs eszközök kezelésének területén már sokkal jobb, mint az őket megelőző generációké. És az epizodikus memóriájuk is jelentősen változik, talán az összes közül ez a legjobban, hiszen ez a generáció a legszemélyesebb élményeit is a világhálón keresztül szerzi, még a barátságok és a szerelmek jelentős része is itt jön létre.

E gondolatok ismertetésével csak annyi volt a célom, hogy próbáljam megmutatni, hogy nem az a pedagógia fő feladata, hogy bírálja a Z generációt, hogy taníthatatlannak minősítse őket, hanem éppen az lehet a célja és a feladata a pedagógiának, hogy keressen olyan módszereket és munkaformákat, amelynek segítségével ez a generáció optimálisan kezelhető. Eközben természetesen a pedagógusoknak változniuk kell, ami a komfortzónájukból való kikerüléssel járhat együtt, ugyanakkor ez a saját fejlődésük záloga is lehet (Mészáros, 2017) Tudomásul kell vennünk, hogy megváltozott az információkezelésük, de nem rosszabb lett, mint a miénk, csak más.

Irodalomjegyzék

Bácsi J. – Belájszki N. (2012): Hol van jobb helyen a tudás: a fejünkben vagy a világhálón? In.: Új utakon a netgeneráció

oktatásában, HOPPÁ Disszeminációs füzetek 34. Tempus Közalapítvány, ISBN 978 963 89302 6 2

Baddeley A. (2001): Az emberi emlékezet. Budapest Osiris Kiadó, ISBN 963 379 881 7

Csehné Papp I. (2004): Közgazdaságtan tantárgy. In: Új módszerek a felnőttképzésben, (szerk. Suhajda Cs.) Kontakt Alapítvány, Nemzeti Felnőttképzési Intézet, Budapest, pp. 66-88.

Csehné Papp I. (2011): A társadalmi-gazdasági kihívásoknak való megfelelés érvényesítése az agrárszakképzésben. In: A református tanítóképzés múltja, jelene, jövője, (szerk. Pinczésné Palásthy I.) Kölcsény Ferenc Református Tanítóképző Főiskola, pp. 178-181.

Csányi V. (2003): Az emberi természet. Budapest Vince Kiadó Kft., ISBN 963 9192 25 2

Donald M. (2001): Az emberi gondolkodás eredete. Budapest Osiris Kiadó, ISBN 963 389 085 3

Falus I. (szerk. 2013): Didaktika. Budapest Nemzedékek Tudása, ISBN 978 963 19 5296 4

Gyarmathy Éva (2012): Elbutul a Facebook-nemzedék?
http://fn.hir24.hu/itthon/2012/02/17/elbutul-a-facebook-nemzedek/?utm_source=mandiner&utm_medium=link&utm_campaign=mandiner_201202

Mészáros Aranka(2017) A Te életed, te felelsz érte! In: Lakatosné Szuhai Györgyi , Poór József (szerk.) Tudatos életvezetés - Projektszemlélet a magánéletben . 629 p.

Győr: Publio Kiadó, 2017. pp. 175-200.
(ISBN:9789634432944)

Letöltés ideje: 2016. március 14. 11:15

Mccrindle M. – Wolfinger E. (2010): Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. Korunk III. évf./11. sz. 13-18. p. ISSN: 1222-8383

Nahalka I. (2003): Hogyan alakul ki a tudás a gyerekekben. Budapest Nemzeti Tankönyvkiadó, ISBN 963 19 2083 6

MIÉRT MŰKÖDHEK A JÁTÉKOSÍTÁS AZ Y ÉS A Z GENERÁCIÓKNÁL?

Motivációelméletek alkalmazása a játékosítás folyamatában Korényi Róbert

Szent István Egyetem
Gazdaság-és Társadalomtudományi Kar
Társadalomtudományi és Tanárképző Intézet
korenyi.robert@gtk.szie.hu

Absztrakt

A gamification manapság egy sokat emlegetett szóvá, szinte jelenséggé vált. Miközben az iskola és a munka világa kétségbeesetten próbál új utakat találni a technológiai fejlődés által meghatározott Y és Z generációkhoz, a játékok világa látványosan tartja bent ezeket a fiatalokat a játékmezőben. A siker receptje nem most íródott, hanem a játékoknak azon ősi tulajdonságán alapul, amellyel az ember alapvető szükségleteit és igényeit elégítik ki. A jelen tanulmány kísérletet tesz arra, hogy azonosítsa a játékok motivációs eszközeit klasszikus és modern motivációs elméletek mentén, és bemutasson egy alkalmazási lehetőségét is.

Kulcsszavak: gamification (játékosítás), motiváció, generációk, munka, oktatás

Bevezetés

A Szent István Egyetem főépületében van egy lépcsőház, ahol az ember megmagyarázhatatlan késztetést érez arra, hogy megmássza a három emeletet. Az egyes lépcsőfokokra ugyanis ráírták, hogy az mennyi kalóriaégetést jelent a kiindulási ponthoz képest. Emellett bizonyos lépcsőmennyeiség megtétele után biztatást is kapunk, hogy jól csináljuk. Az ember egy idő után azon veszi észre magát, hogy feljutott a harmadik emeletre, holott a másodikon lett volna dolga. Ebben a helyzetben nem történt más, mint néhány játékmechanikai elemet csempészték

az alkotók egy monoton és sokak által nem preferált tevékenységhez. Olyan incentívet kezdtek el működni, amelyet az ember jutalomszükségletére, valamint a pozitív megerősítésre építettek.

A játékosítás ilyen alkalmazása csupán egy nagyon egyszerű példája annak, hogy hogyan lehet játékelemekkel átkeretezni egy helyzetet. A játékok olyan motiváló erővel bírhatnak, amely értelmet és izgalmat vihetnek egy amúgy ismerős és megszokott helyzetbe. Vegyük például a „Zombies, Run” nevű androidos alkalmazást. Ennek a játéknak az a lényege, hogy egy legendás történet főszereplői vagyunk. A zombi apokalipszis után fel kell keresnünk az emberiség maradék lakhelyeit és meg kell védenünk az ott élőket. Az egyes helyszínek között azonban a zombik elől kell futnunk. A játék zsenialitása abban rejlik, hogy nem a képernyőn kell játszani, hanem ez az alkalmazás valójában egy rejtett futóedző, ahol a bázisok közti útvonal a futópálya. A futás intenzitását a zombik hörgése és a zene szabályozza, a jutalmat pedig a célba érésnél zsebeli be a játékos.

A videojátékok mindig is élenjártak az olyan fajta kreativitásban, amely a játékost benn tartja a játékezőben. Ha ezt a megállapítást összekapcsolja az ember a digitális termékekbe belenövő Y vagy abban felnövő Z generációval, akkor máris megérti azt, hogy miért nem szállnak le ezek generációk a képernyőről. A Newzoo piackutató cég 27 országra kiterjedő nemzetközi jelentése szerint (Newzoo, 2016) 2018-ra a mobiljátékok piacán mintegy 15, 9% növekedés prognosztizálható, a teljes játékpiacon pedig 7, 9%. Viszonyításképpen meg kell jegyezni, hogy jelenleg a világ játékpiacon egy 100 milliárd dolláros üzlet.

Kik ennek a piacnak a résztvevői? Egyrészt azok a 18-35 év közötti Y-generációsok, akik részben a digitális forradalomban szocializálódtak (Price, 2013), másrészt azok a Z generációs fiatalok, akiknek 42%-a játszik és költ online játékokra (Google & Ipsos, 2016). Manapság a játékfejlesztő cégek sikere azonban abban rejlik, hogy jól megértik a célközönségük generációs

igényeit és ehhez szabják fejlesztési stratégiájukat. Tulajdonképpen egészen máshogy kell játékokat fejleszteni ma, mint 20-25 évvel ezelőtt. A grafikai fejlesztések például a változó generációs igényeket követik le. Jelenleg szinte fotorealistikusak a vezető játékok, de legalábbis nagyon erős grafikai elemekkel dolgoznak, hogy a játékelményt biztosítsák. Ezzel szemben ugyanehhez a játékelmény biztosításához a 2000-es évek környékén elég volt, ha például egy fantasy-játék a képernyőn szöveges formátumú volt. Régen az egyjátékos, letölthető szoftverek hódítottak, ma már szinte elképzelhetetlen úgy játékot gyártani, hogy ne legyen valamiféle online vagy közösségi vetülete. Önmagában azonban ezek a változások kevesek ahhoz, hogy az Y vagy Z generációsok elkötelezetté váljanak. Több olyan játék létezik, amely a megnyerő vizualitás ellenére csődbe ment, és van olyan játék is, amely mind a mai napig 10 évvel ezelőtti grafikai technológiával világvezető a piacon (pl. World of Warcraft). Egy másik eklatáns példa az óriási sikerű és eredetileg svéd fejlesztésű Minecraft, ami grafikailag visszanyúl a játéktörténelem 8 bites korszakába, csak 3D-be öltöztetve. Aki kicsit jobban elmerül a Minecraft-ban, az rögtön érzékeli azt a mély komplexitást és lenyűgöző átgondoltságot, ami tudatosan vagy tudattalanul, de a képernyő előtt tartja a játékost.

A sikeres játékfejlesztők titka tehát abban rejlik, hogy a célközönségüket a maguk komplexitásában értelmezik. Megértik szükségleteiket, és igényeik kielégítését összetett rendszerekkel célozzák meg. Például a Z generáció egysíkú értelmezéséhez jutunk, ha egy-egy jellemző mentén próbáljuk őket meghatározni. Mondhatjuk természetesen azt erre a korosztályra, hogy kis figyelemfókuszú és az azonnali kielégülést preferálja. Ugyanis ez történik akkor, amikor egy érintéssel elindítja a YouTube alkalmazást a telefonján (instant gratifikáció), és fél óráig böngészik az információk tengerében úgy, hogy minden megnyitott videót csak maximum 10 másodpercig néz (alacsony figyelem). Állítsuk ezt ellentétbe azzal, amikor ugyanez a fiatal órákon keresztül bányászik a

Minecraftban vöröskőércet, hogy aztán abból szintén órákon keresztül egészen aprólékosan kidolgozott vasutat építsen.

Manapság egyre többen kezdenek érdeklődni a játékipar által alkalmazott know-how iránt, hiszen valami olyan hidat látnak ebben, ami sikerreceptként szolgálhat az Y vagy a Z generáció megközelítéséhez az oktatás vagy a munka területén.

Játék és játékosítás

Fromann (2012) szerint a Homo Oeconomicus antropológiája a felvilágosodás ideje óta számúzta a játékot, mint értékes emberi tevékenységet, hiszen a játék komolytalan, aminek nincs gazdasági haszna. A digitális korszak hajnalán tért vissza a Homo Ludens elfeledett emberképe, amely képes nemcsak viselkedést befolyásolni, hanem növelni a szubjektív jóllétet is. Az utóbbi évtizedben tehát megfigyelhető egy olyan tendencia, ahol nemcsak tudományos érdeklődés, hanem különböző szektorok (marketing, oktatás, politika, egészségügy...stb.) is a játékok világa felé fordulnak.

A magyar nyelvben a „gamification”-t a „játékosítás” szóval fordítjuk. Úgy gondolom, a magyar kifejezés ebben az esetben jól vissza tudja adni az angol megfelelőjét, hiszen a szó gyökere maga a játék. Ahhoz tehát, hogy ezt a kifejezést megértse az ember, érdemes magáról a játékról néhány gondolatot megfogalmazni. A játéknak sok megjelenési formája van, de amikor az ember meghallja ezt a szót, akkor mindig valami olyan tevékenység jut eszébe, ami örömet okoz, kikapcsol, amibe önfeledten bevonódhat. Az ember számára a pozitív érzelmek megélése pedig egy igen magas szinten működő motivátor.

A játékosítás nem más, mint a játék, illetve a játék elemeinek nem játékos környezetben való felhasználása abból a célból, hogy növelje a bevonódást, a felhasználói élményt, a hűséget és az örömet (Deterding, Sicart, Nacke, O’Hara, & Dixon, 2011; Werbach & Hunter, 2012). A játékosítás tehát valamilyen cél köré rendeződik, ami túlmutat magán a játékon. Ez a cél még konkrétabb formát is ölthet a definícióban megfogalmazott

célokon kívül. Egy marketing kampány játékosításának célja például lehet a brandépítés, termékpromóció, vagy a vásárlói hűség. Egy iskolai tantárgy játékosítása is szolgálhatja úgy a kritikus gondolkodás fejlesztését, mint ahogy a tárgyi tudás megszerzését.

Bármilyen legyen azonban a cél, egy játékosított tevékenység az emberi motiváció működését használja fel a célok elérésének eszközeként. Korábbi kutatások a játék olyan elemi összetevőit vizsgálták, mint a szórakozás, az öröm vagy a flow (Hsu & Lu, 2004; Sweetser & Wyeth, 2005). Azonban ezek az elemek motivációs mechanizmusok következményei. A játékelmélyen ott van az a szükségletkielégítés, ami bennünket az öröm, a szórakozás felé hajt. A játékosítás tehát komplex módon, különböző incentive-ekkel és jutalmakkal operálva célozza meg az ember motivációs rendszerét. A sikeres és jól működő játékok tervezői tehát visszanyúlnak ahhoz az alapkérdéshez, hogy mi motiválja az embert.

Játékosítás és motiváció

A tudományos pszichológia a motiváció számos aspektusát vizsgálta. A célok itt természetesen nem az, hogy az egyes motivációval kapcsolatos elméleteket mélységükben bemutassam. Ehelyett sokkal izgalmasabb azokra a pontokra koncentrálni, ahol tetten érhetjük az egyes elméletek játékosításban való felhasználását.

A motiváció kutatásában mindig is alapvető szerepe volt annak a kérdésnek, hogy mi készteti cselekvésre az embert. Ezt a kérdést először a fiziológiai szükségletek kielégítésének szempontjából vizsgálták és olyan új fogalmak kerültek bevezetésre, mint a homeosztázis (Cannon, 1926), a drive (Woodworth & Schlosberg, 1971), vagy a drive-redukció (Hull, 1943). A fogalmakon túl azonban számos motivációs elmélet is napvilágot látott, amelyek vagy az ember szükségleteiből indultak ki (Alderfer, 1969; Bandura, 1997; Maslow, 1943), vagy a társas igényeit tartották a motiváció alapjának (Festinger, 1976; Herzberg et al., 1959), vagy a megerősítés (Skinner,

1948), illetve az elvárás-érték szempontjából (Atkinson, 1957; Eccles & Wigfield, 2000) vizsgálták a motivációt.

A játékok azonban ezen koncepciók és elméletek számos formáját alkalmazzák sikeresen, így szükséges integráltan szemlélni ezeket és egy egységes keretben kezelni. Vassileva (2012) egy olyan elméleti keretet állít fel, amelyben a játékok motivációs rendszerét három alappillérre helyezi: az extrinzik, társas és intrinzik jellegű motivációra (1. táblázat). A különböző területek alatt megjelenő elméletek több játékmechanikai elem motivációs erejét is magyarázzák.

3. táblázat: Játékok motivációs rendszere

Komplex-elméletek: Öndeterminációs elmélet (Edward L. Deci, Ryan, & Miller, 1988) A tervezett viselkedés elmélete (Ajzen, 1991)		
Szükség alapú elméletek	Társas, Intrinzik, Extrinzik elméletek	Jutalom alapú elméletek
Maslow szükséglethierarchiája Alderfer ERG elmélete McClelland szükségletelmélete Kognitív kiértékelés (Deci) Én-hatékonyság (Bandura) Célkitűzési elmélet (Locke)	Társas összehasonlítás (Festinger) Herzberg Kéttényezős elmélete A méltányosság elmélete (Adams)	Skinner megerősítés elmélete Elvárás-érték elmélet



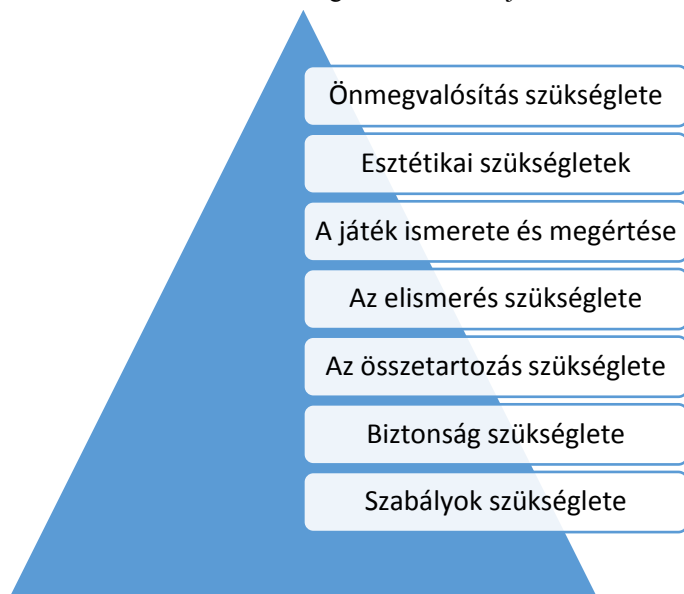
Forrás: Vassileva 2012

E mostani írás keretei nem teszik lehetővé az összes motivációs elmélet játékokhoz való kapcsolódásának bemutatását. Ehelyett minden alappillérből egy-egy elméletet ragadok ki és vizsgálom meg, hogyan használják azok mechanikáját a játékelemek.

A szükségletek hierarchiája

Siang (2003) szerint Maslow hierarchikus teóriája megfelelő értelmezéssel leképezhető a játékok világára is (1. ábra). Egy játékos mindig a játékkal kapcsolatos alapvető szükségletét szeretné kielégíteni, mielőtt továbbhalad a magasabb szükségletek felé. A modern játékok ezt az elvet érvényesítik akkor, amikor egy új játékost be akarnak vonni a játékba. Ha a játék komplex és szerteágazó, akkor egy új játékos megijedhet a sok információtól és demotiválódhat, még mielőtt bevonódna. A nagyobb játékok úgynevezett „tutorial”-okat, vagy bevezetőket alkalmaznak az új játékosok számára, ahol egy viszonylag védett környezetben (pl. gyakorlópálya ellenségek nélkül), nem túl sok információval (játékezelés, navigáció...stb) kezdhet bele a játékos. Amint megszerzi a játékos ezt a biztonságot, akkor továbbhalad a következő szintekre.

1. ábra: Szükségletek hierarchiája



Forrás: Siang és Rao (2003)

Siang úgy véli, hogy e két alapvető szükséglet kielégítése után a játékosnak el kell érnie a játékkal való összetartozás érzését. Ez azt jelenti, hogy kiismeri magát a rendszerben, kényelmesen tájékozódik a szabályok között és megtapasztalja, hogy nyerhet. Ezután fontos az, hogy a játékban a résztvevő jól érezze magát és legyen a játéknak olyan aspektusa, illetve alkalmazzon olyan mechanizmusokat, amivel a játékos egoját tudja fejleszteni. Az elismerés szükségletének kielégítése már önmagában hordozza az erős bevonódást, azonban ha ezen a ponton a játék nem nyújt megfelelő komplexitást (több útvonal a célig, stratégiák, meglepetések), akkor a játékos ki is szállhat belőle. Végül a piramis csúcsán az esztétikai igények (grafika, designos felület...stb) és az önmegvalósítás áll, akárcsak Maslow eredeti koncepciójában. A piramis magyarázatot adhat például arra is, hogy miért van bukásra ítélve az, ha egy játék nagyon sok színes és vizuálisan megkapó elemet működtet, viszont a megtervezettsége silány. A legeredményesebb és sikeres játékok egészen az önmegvalósítás szükségletének kielégítéséig is el tudnak jutni úgy, hogy olyan játszóteret (sandbox) teremtenek a résztvevőnek, ahol kipróbálhatják alkotóképességüket és kreativitásukat. Remek példa erre a Minecraft kreatív játékmódjában a játékosok által épített épületek, szerkezetek, vagy akár egész világok. Ha egy iskolai kurrikulumban, vagy egy céges környezetben bevezetésre kerülnek játékmechanikai elemek, figyelni kell arra, hogy ezek az elemek a szükségleteket kövessék és minden szinthez kínáljanak lehetőséget a bevonódáshoz.

Társas összehasonlítás

Talán a laikus ember számára sem mond az az állítás újat, hogy az emberek a társaik tükrében próbálják kiértékelni saját viselkedésüket, attitűdjeiket, képességüket, vagy akár hiedelmüket. A tudományos pszichológián belül a szociálpszichológia az a terület, amely megpróbál olyan tudományos elméleteket alkotni, amely magyarázza az emberek társas viselkedését. Az első mondat állítását Leon Festinger

(2000) a társas összehasonlítás elméletében fogalmazta meg. Ezek szerint az, hogy mennyire vagyunk sikeresek az életben, vagy jó játékosok egy játékban, mindig a másokkal való összehasonlítástól függ. Festinger azt is állítja, hogy a hasonló képességű emberekkel szeretjük összehasonlítani magunkat, valamint rendelkezünk egy úgynevezett „egyirányú felfelé törekvéssel” (unidirectional drive upward). Ez utóbbi azt jelenti, hogy mindig egy árnyalatnyival jobbak szeretnénk lenni a többiekhez képest.

A társas összehasonlítás tehát az embert energetizálja és arra készteti, hogy a társaihoz képest értékelje magát és jobbá váljon. Amikor bármilyen játék ranglistát alkalmaz, ahol a játékosok megnézhetik saját és más játékosok pontjait, akkor egyértelműen a társas összehasonlítás elméletét használják. Nyilván mindenki szeretne első helyre kerülni és több játékos megnézi,

és ismeri a játékranglistát vezető játékost, aki számára mítosszá válik. Azonban mégis fontosabb az, hogy a saját szintjén mennyire tud jobb lenni a többieknél.

2. ábra: A „Clash of Clans” nevű játék ranglistasávjai



Forrás: <http://clash-wiki.com/progress/trophy-leagues/>

A „Clash of Clans” nevű androidos stratégiai játéknak, amelyet 32,5 millió (!) felhasználó minősített 5 csillaggal, az az egyik módszere, hogy a játékos a képességeinek megfelelő liga ranglistára kerül. A másokon aratott győzelemmel egyre feljebb kerül a listán, de lényegében mindig a hasonló képességűekkel van egy csoportban (2. ábra).

Kruglanski (Kruglanski & Maysseless, 1990 in: Richter, Raban, & Rafaeli, 2015, p. 29) kutatásai kiegészítik Festinger elméletét annyiban, hogy a versengő típusú emberek jobban alkalmazzák a társas összehasonlítást, mint kevésbé versengő társaik. Így jobban érthető az, hogy miért nem működhet egy olyan játék, vagy játékosítás, amely csak a ranglistára épít. A ranglista elsősorban azoknak kedvez, akiknek magas a teljesítménymotivációjuk és győzni akarnak. Egy komplex rendszerű, sikeres játékban azonban a győzelem számos formát ölthet és nem feltétlenül azt jelenti, hogy a ranglista elejére kell kerülni. A versengés és a társas összehasonlítás pusztán egy játékos altípus a lehetséges tízből (Yee, 2005). Hasonló eredményre jutott Csehné (2004, 2011) is a kutatásaiban.

Elvárás-érték

A motiváció mai kutatásai már nemcsak egy irányból közelítik meg a témát, mint például a szükségletek, vagy a társas összehasonlítás, hanem összekötik az egyén saját képességeiről való meggyőződését és az adott tevékenység végzésének okait. Atkinson (1957) szerint az egyén motivációjának megértéséhez három fogalmat kell bevezetni. Az első az expektancia, amely jelzi azokat a következményeket, amelyekkel az egyén szembesülhet, ha elvégzi az adott tevékenységet. Ez tulajdonképpen a siker elérésének vagy a kudarc elkerülésének szubjektív valószínűsége. A második az incentív, amely nem más, mint a helyzet kínálta cél vonzereje. Végül az egyén hajlamát, amely a kielégülés felé törekszik, motívumnak határozta meg. E három érték szorzata adja a motiváció erejét. Tegyük fel, hogy egy iskolában történelemből témazáró dolgozatot írnak a tanulók. Az elvárás-érték modell szerint a

tanulók motivációja, hogy megírják a dolgozatot három változótól függ, amelyek kérdés formájában így hangozhatnak:

- Mennyire vágyom arra, hogy megírjam a dolgozatot? (motívum)
- Mennyi esélye van annak, hogy sikerülni fog a dolgozat? (expektancia)
- Mennyire vonz engem, hogy jó jegyet kapjak / sikerüljön a dolgozat? (incentív)

E három változó természetesen egészen más irányt vehet, ha az adott helyzetet átkeretezzük játékosabb elemekkel. Tegyük fel, hogy a dolgozat egy főellenség, akit le kell győzni (boss fight). A siker valószínűségének növeléséhez a diákoknak előzően egy komplex küldetéssorozatot kellett elvégezniük (gyűjtőmunka, együttműködés, kiselőadás), amellyel különböző tárgyakat gyűjthettek (privilegiumok, plusz pontok). A főellenség legyőzésével újabb privilegiumokat (pl. röpdolgozathoz való kimaradás, hozzáférés a nagyobb történet újabb részéhez) és tárgyakat szerezhetnek. Egy ilyen játékosított helyzetben egészen más értékekkel bír a három változó. Azonban fontos itt is megjegyezni, hogy bizonyos feladatok átnevezése még nem feltétlenül jelenti az értékek megváltozását. Ha egy munkahelyen a napi feladatokat nem feladatoknak hívják, hanem küldetéseknek, attól még nem változik meg semmi, hiszen csak az elnevezésében más a tevékenység, a helyzet viszont változatlan. A motívum, expektancia és az incentivek csak egy rendszerszerű átkeretezéssel jöhetnek létre, ahol a kimenetel ugyanaz (sikeres dolgozat / feladatvégzés), azonban a helyzet más cselekvéseket igényel.

Atkinson elméletét azóta továbbfejlesztették és a mai modern motivációkutatás az Eccles és Wigfield által kidolgozott modellre alapul (Eccles & Wigfield, 2000, 2002). A modell szerint egy helyzethez vagy tevékenységhez kapcsolódó értéket és elvárást nem egyszerűen a sikerorientáció vagy a kudarcckerülés határoz meg, hanem olyan változók, mint a szubjektív célok és az énséma (hosszú, és rövidtávú célok, ideális én), valamint a múltbeli kompetencia és az ehhez

kapcsolódó kognitív és affektív kiértékelés. Az elméletalkotók szerint e két komponens befolyásolja a siker esélyével kapcsolatos elvárásokat, a teljesítményt és a feladat szubjektív értékét (élvezetérték, teljesítményélmény, hasznosság, relatív ráfordítás). E helyen kell azt is megjegyezni, hogy az elvárásérték modern elmélete a Vassileva-féle taxonómiában (1. táblázat) sokkal inkább a komplex és nem az extrinzik elméletek közé sorolható.

A számítógépes játékok világában sok olyan példát ismerünk, amely úgy motiválja a játékosokat, hogy a korábbi teljesítményükhöz képest visszajelzést ad a fejlődésükről, valamint a bennük lévő ideális ént hozzá közel és jelenítik meg. Számos játékban lehetőség nyílik egy virtuális én elkészítésére, amit a játékosok általában a saját ideális énük alapján jelenítik meg. Ezt az avatárt vagy karaktert aztán testre szabhatják a játék által kínált eszközökkel (szín, méret, forma, kiegészítők). A játék folyamán ez a karakter fejlődik, a fejlődésről pedig különböző módon visszajelzést kap a játékos. A Diablo 3 című játékban például a karakter sebzése minden ellenség esetében számszerűsítve megjelenik a képernyőn. Ahogy fejlődik a játékos karaktere, egyre nagyobbakat üt a szörnyeken, vagyis a sebzés számszerű mértéke növekszik. A Diablo 3 online fórumán azt vehetjük észre, hogy több olyan úgynevezett „theorycraft” téma működik, ahol a játékosok szinte tudományos igényességgel (tartalomjegyzék, hivatkozások, statisztikák) azt elemezzetik részletesen, hogy milyen felszerelésekombinációt kell a játékban megszerezni ahhoz, hogy ezek a számok még nagyobbak legyenek. A teljesítmény fejlődése és az ahhoz kapcsolódó pozitív affektív reakciók, valamint az a tény, hogy a játékos személyes céljai és énsémája szerepel a játékban, nagyon magas értékkel látja el az adott feladatot.

Egy játékosított iskolai vagy munkahelyi környezetben tehát fontos, hogy olyan játékelemekkel dolgozzunk, amelyek már a kezdettől fogva sikerélményt biztosítanak. Az olyan feladatok, amelyek fokozatosan nehezednek, de mindig teljesíthetőek,

magas szubjektív értékkel bírnak az egyén számára. Hasonlóan működik mindez a munkaerőpiacon is (Csehné, Molnár, 2016; Csehné, Szabó, Schwarczová, Hajós, 2017).

A játékosítás modern motivációs keretrendszere: az Oktalízis

Az előbbieken néhány klasszikus és modern motivációs elméletet mutattam be, valamint azt, hogy ezeket milyen módon használja fel a játék vagy egy játékosított környezet. Az utóbbi években alkotta meg és foglalta írásos formába az Oktalízis nevű rendszerét Yu-Kai Chou (2015). Chou célja az volt, hogy létrehozzon egy olyan keretrendszert, amelyen belül értelmezhetőbbé, illetve számszerűsíthetőbbé válnak az egyes játékkörnyezetek motivációs tényezői.

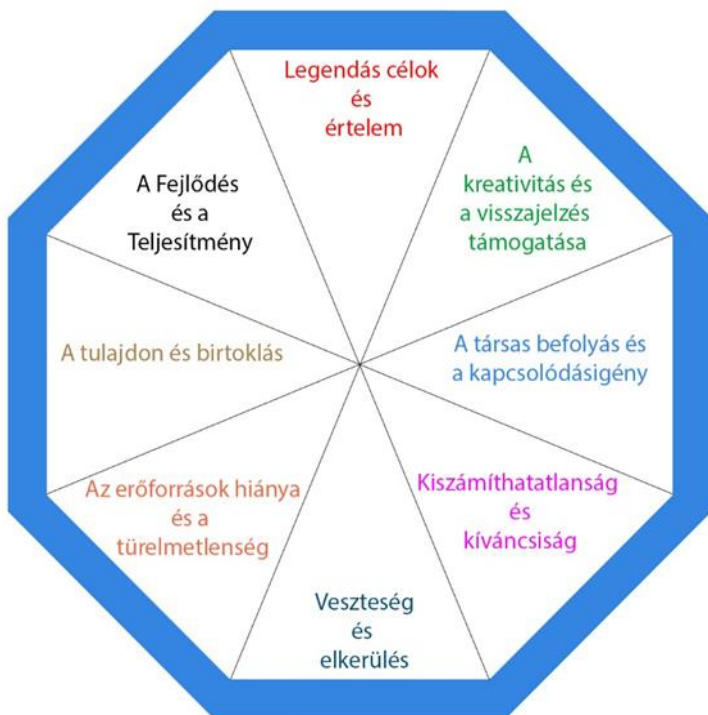
Az Oktalízis rendszere tulajdonképpen 8 alapvető hajtóerőt (core drives) ír le, amelyek a játékosokat energetizálják és játékban tartják. Az oktagon (3. ábra) egyes szeleteiben foglalnak helyet a Chou által azonosított hajtóerők és ezek mindegyikéhez tartoznak játékkompositionális elemek, amelyek működtetik az adott drive-ot. Például a legendás vagy magasztos cél hajtóerejét adhatja a játékban megjelenő történetvonal (storyline), amelyben a játékos kulcsszereplővé válik, sőt egyes döntései befolyásolják a történet kimenetelét.

Az Oktalízis motivációs keretrendszerében feltűnő 8 drive leírását a szerző a következőképpen ismerteti:

1. Legendás célok és értelem: a játékos, hogy a játék elhívja őt valami olyan cél beteljesítésére, ami önmagán túlmutat. (Pl. Wikipedia cikkíró lehet, aki az egész világon segíthet)
2. Fejlődés és teljesítmény: az egyén fejlődés-, és teljesítményigényét célozza meg. Ide tartoznak a pontok, ranglisták, kitűzők, medálok...stb.
3. Kreativitás és visszajelzés: a játékosnak lehetősége van a játék által adott eszközöket felhasználva alkotni valami újat és erről visszajelzést is kap. (Facebook: „like” gomb, mint azonnali visszajelzés; „megosztás”, mint kreatív tartalomalkotás)

4. Tulajdonlás: A birtoklás igénye és az ebből származó társas összehasonlítás. Ide tartoznak a virtuális javak és fizetőeszközök, a követők vagy a testreszabhatóság. (Pl. Facebook profil, Twitter követők, privilégiumok)
5. Társas befolyás: Ez a drive nagyon hasonlít a társas összehasonlítás elméleténél ismertetett mechanizmusokra. Ide tartozik a csoportba tartozás igénye, az elfogadottság, de a versengés is.
6. Hiány és türelmetlenség: A vágyak kielégülésének késleltetése. Ezt az ember kisgyermekkorban sajátítja el (Maccoby, 1980). Annak ellenére, hogy az Y és Z generációkhoz általában az instant gratifikációt kapcsoljuk, mégis azt látjuk, hogy milliók játszanak olyan építő Androidos játékokkal, ahol órákat / napokat kell várni egy-egy épület elkészülésére. A játékok az azonnali kielégülés vágyát ott használják ki, hogy lehetőség van pénzért lerövidíteni a várakozási időt.
7. Kiszámíthatatlanság és kíváncsiság: Ez a drive szorosan kapcsolódik az ember szenzoros élménykereséséhez (Zuckerman, 1994), amely arra felé hajtja az egyént, hogy akár kockázatok árán is, de felfedezze a környezetét és az ismeretlent megismerje.
8. Hiány és elkerülés: Ezt a drive-ot a félelem és az olyan averzív következmények elkerülése hajtja, mint a pontok, eredmények, virtuális javak elvesztése.

3. ábra: Játékrendszerek motivációs tényezői



Forrás: Cohu 2015

Az Oktalízis nagy előnye, hogy megpróbál egy olyan keretrendszert alkotni, amely átláthatóvá teszi és szisztematikus formába önti a sikeres játéktervezést. Bár jelenleg igen magas népszerűségnek örvend a rendszer, a probléma az Oktalízissel az, hogy nincsenek mögötte empirikus kutatások. A szerző elsősorban a személyes tapasztalataira épít, és nem hivatkozik adatokra. Az Oktalízis tehát egyelőre egy bizonyítatlan hipotetikus rendszer, amely inkább anekdotikus, mintsem tudományos alapokon nyugszik. Már a felosztásából is érzékelhető, hogy több klasszikus és modern motivációs elméletre épít, azonban a fogalmak magyarázatát inkább laikus, mint szakértői keretek között teszi meg.

Gyakorlati alkalmazás

A 2015/16-os iskolai tanév első félévében a nyírbátori Báthory Anna Református Általános Iskolában indítottam útjára egy gamification programot 7. osztályban angol nyelvből. E programnak akkor nem az volt az elsődleges célja, hogy empirikus adatok alapján állítsak fel egy kísérleti osztályt, sokkal inkább egyfajta kíváncsiság vezetett, ami útnak indíthat egy kutatást. Az ötlet akkor fogant meg bennem, amikor az egyik 7.-es osztályom igen nagy pedagógiai kihívások elé állított. A sorozatos pedagógiai kudarcok után már kezdtem elhinni, hogy a diákokkal képtelen leszek megszerettetni az angol nyelvet.

Az egyik szünetben azonban arra lettem figyelmes, hogy az interaktív tábla előtt tökéletes angol kiejtéssel énekelnek egy akkori slágert. Arra gondoltam, hogy itt valamilyen más szemléletet kell a pedagógiai munkába behozni. Akkor még intuitív módon, saját professzionális játékos karrieremet felhasználva, elkezdtem kidolgozni egy online és játékosított rendszert.

A rendszer nem volt nagyon szofisztikált és szinte csak az alap PBL mechanizmusokat használta. A célom többértű volt:

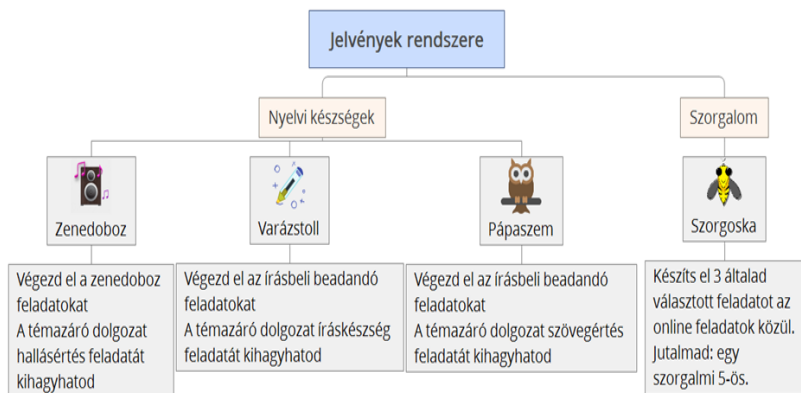
- A diákok kapjanak azonnali visszajelzést a munkájukról
- Legyen többféle tanulási útvonal, amit ők választhatnak meg és ezek illeszkedjenek a diákok tanulási stratégiáihoz
- Alakuljon ki egy versenyhelyzet, viszont ugyanazt az eredményt lehessen elérni versenyhelyzet nélkül is.
- Legyen egy olyan „achievement system” vagy másképpen teljesítménytábla, ahol különböző privilégiumokra tehetnek szert a diákok.

A célok definiálása után szükség volt egy erre alkalmas eszközt is választani. A hazai piacon nagyon kevés olyan eszköz van, amely ezeket a célokat képes megvalósítani. Magyarországon talán a Prievara Tibor ötleteire épült „Bee the Best” (<http://beethebest.org/>) rendszer az, amelyik próbál egyfajta játékosított környezetet behozni az osztályterembe. Az okostelefonokra írt alkalmazások között sem lehet találni ilyen

jellegű magyar nyelvű programot. A választásom végül a Moodle e-learning rendszerre esett (<https://moodle.org/>), amely nem túl felhasználóbarát ugyan, de magyar nyelven elérhető és rendkívül testreszabható. További eszközként a szókincsbővítéshez a „Memrise” (www.memrise.com) nevű online rendszert használtam fel, amely az időközönkénti ismétlés (Spaced Repetition System) módszerét használja. Az SRS szókincstanulási módszer hatékonyságát számtalan tudományos kutatás is alátámasztja (Kang, 2016).

A diákok tehát két platformon dolgoztak. A Moodle portál követte a tankönyv leckéit és minden témához kaptak többféle extra feladatot, amelyekkel különböző privilégiumokat lehetett szerezni (4. ábra). Ezek a feladatok ráadásul nyelvi kompetenciák alapján lettek kialakítva. Például az egyik feladatban az egyszerű jelenidő gyakorlásához egy általuk kedvelt sláger YouTube videóját nézték meg, majd utána többféle típusú feladatban (feleletválasztós, behelyettesítő) dolgozhatták fel a szövegét. Aki elért egy megfelelő számú pontot, az kapott egy jelvényt, ami feljogosította arra, hogy a következő dolgozat hallás utáni értés feladatát kihagyhatta. A motiváció fenntartásához az is hozzájárult, hogy minden feladat úgy volt beprogramozva, hogy azonnali visszajelzést adjon a hibákról vagy a sikerekről. A kudarcélmény nem válhatott általánossá, mert korlátlanul lehetett próbálkozni a feladatok megoldásával. A feladatok fokozatosan nehezedtek ugyan, de egy-egy jelvény megszerzése a megfelelő erőfeszítéssel elérhetővé vált, akár többszöri próbálkozás után is.

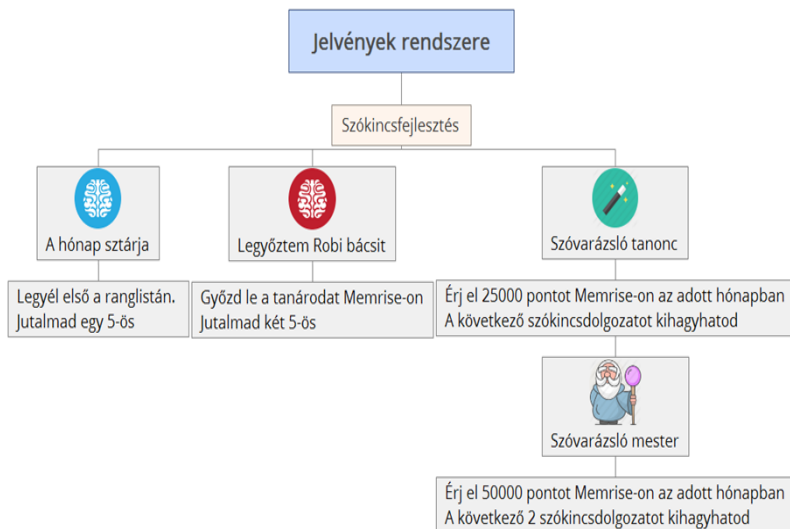
4. ábra: Nyelvi készségek fejlesztéséhez kapcsolódó gamification eszközök



Forrás: saját szerkesztés

A Memrise használata során a diákok nemcsak az adott lecke szavait gyakorolhatták a mobileszközükön, hanem az erőfeszítéseik pontokban realizálódtak és egy ranglétrán jelentek meg. Minden hónapban jelvényt kapott az első helyezett, ami további privilégiumokat biztosított (5. ábra). Ezen felül a diákok versenyezhettek a tanárral is, hiszen a Memrise rendszerét használva én is elkezdtem tanulni németül és a diákoknak lehetőségük nyílt arra, hogy hó végén pontversenyben legyőzzenek. Ez nem volt ugyan könnyű feladat, de a jutalom is arányos volt a feladat nehézségével, hiszen két 5-ös érdemjegyet kapott, aki teljesítette. Félév végére az angolos csoport több, mint fele versenyzett és a kumulatív pontszám átlagosan 700 ezer volt. Összehasonlításképpen, egy gyakorlatsor 20 új szót tanított, vagy 50 régebbit ismételtetett 3-15 ezer pontot ért. A diákok tehát rendkívül sok időt fordítottak a szókincs bővítésükre.

5. ábra: Jelvények alkalmazása a szókincsfejlesztésben



Forrás: saját szerkesztés

A tanév első félévének végére a diákok többsége legalább egy érdemjegyet javított az előző tanév félévi eredményeihez képest. Ettől azonban látványosabb volt az attitűdváltozásuk. Míg előzőleg az angol nyelvet nehéznek, nem túl szerethetőnek tartották és a házi feladataikat sem készítették el, addig a játékosított szemlélet elérte a diákoknál, hogy az angolra legyen a kedvencük. Ez ráadásul megjelent az összes attitűdkomponensben. Azt vallották félév végére, hogy az angol megtanulható (kognitív), szerethető (affektív) tantárgy, amibe érdemes időt fektetni (konatív).

Bár ez a program egyéni kezdeményezés volt, amihez nem rendeltem mérőeszközöket és kutatást, mégis érezhetően megváltozott a diákok tantárgyhoz való hozzáállása. Mindez annak fényében pedig elég izgalmas, hogy ebben a rendszerben végtelenül egyszerű, alapszintű játékmechanikai elemeket alkalmaztam. Úgy vélem, hogy egy átgondolt, komplex rendszerrel még nagyobb sikereket lehetett volna elérni.

Összefoglalás

A gamification irányába mutatott érdeklődés az utóbbi évtizedben igen jelentős mértékben nőtt. A játékosítás ötlete új szemléletet kölcsönözhet a munka és az oktatás világának egyaránt. Különösen fontos ez napjainkban, amikor számos különbözőképpen szocializálódott generáció van jelen az iskola és a munka világában.

A játékosítás valóban lehet kulcs a generációs különbségek áthidalásában, de körültekintő szakértői hozzáállás nélkül igen erősen csökkentjük a siker valószínűségét. Az is fontos következtetés, hogy a generációk sztereotipizálása a generációk gyengébb minőségű megértéséhez vezet. Érdekes például belegondolni abba, hogy az ember alapvetően Homo Ludens és nem Homo Oeconomicus (Fromann, 2012). A technológia és a tudomány fejlődése azt a generációt nevelte ki, amilyen az ember valójában. A múlt századi iskolarendszer nem támogatta az autonómiát és az együttműködést, és így a technológiai fejlődés katalizálta a magas szintű önmegvalósító értékek újraéledését. Az Y generációra egy sor olyan pozitív jellemző vonatkozik, amit bárki szeretne magáénak tudni. Ilyen például a gyakorlatiasság, a visszajelzés igénye, a csoportos döntéshozatalban való részvétel szükséglete, a piacképes készségek megszerzése. A Z generációhoz pedig a társas interakció szükséglete, a kompetenciaigény, az önbizalom és önértékelés sokszor irreálisan magas szintje tartozik.

A játékok évszázadok, vagy inkább évezredek óta szórakoztatják az embert és okoznak örömet sokféle formában. A mai digitális korban a játékok ugyanazokat a motivációs mechanizmusokat működtetik az emberben az okostelefonon keresztül, mint az ősi táblajátékok. Hazánkban számos jelentős gamification kezdeményezés van mind a munka (<http://www.gamesforbusiness.hu>), mind az oktatás (Prieara, 2015) területén, amelyek sikerrel alkalmaztak és vezettek be játékos rendszereket. Sikerük titka minden esetben talán a célközönségük motivációs mechanizmusainak mélyebb megértésében és a játékok komplex rendszerének ismeretében

rejlík. Saját gyakorlati kezdeményezésem eredményei is erre engednek következtetni.

Előremutató és izgalmas lenne egy átgondolt kutatást végezni az oktatás területén, ahol egy játékosított rendszert tesztelnénk egy normál tantervvel szemben.

Irodalomjegyzék

Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(2), 142–175. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(69\)90004-X](https://doi.org/10.1016/0030-5073(69)90004-X)

Atkinson, J. W. (1957). A kockázatvállaló ciselkedés motivációs meghatározói. In I. Barkóczi & L. Séra (Eds.), *Az emberi motiváció II. Humánspecifikus motiváció*. (pp. 179–201). Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.

Atkinson, J. W. (1957). Motivational determinants of risk-taking behavior. *Psychological Review*, 64(6, Pt.1), 359–372. <https://doi.org/10.1037/h0043445>

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. Worth Publishers.

Cannon, W. B. (1926). *Physiological Regulation of Normal States: Some Tentative Postulates Concerning Biological Homeostasis*. Jubilee Volume to Charles Richet, 91–93.

Chou, Y.-K. (2015). *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards*. (Kindle Edi). Octalysis Media.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and self-determination os behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227–268.

Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O’Hara, K., & Dixon, D. (2011). Gamification. using game-design elements in non-gaming contexts. In *Proceedings of the 2011 annual conference extended abstracts on Human factors in computing systems - CHI EA ’11* (p. 2425). New York, New York, USA: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/1979742.1979575>

Eccles, J. S., & Wigfield, A. (2000). *Expectancy-Value Theory of Achievement Motivation*. Contemporary Educational

- Psychology, 25(1), 68–81.
<https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1015>
- Eccles, J. S., & Wigfield, A. (2002). Motivational beliefs, values, and goals. *Annual Review of Psychology*, 53, 109–132.
- Festinger, L. (1976). A társadalmi összehasonlítás folyamatainak elmélete. In F. Pataki (Ed.), *Pedagógiai szociálpszichológia* (pp. 259–292). Budapest: Gondolat.
- Festinger, L. (2000). A kognitív disszonancia elmélete. Osiris kiadó.
- Fromann, R. (2012). Gamification - épülőben a Homo Ludens társadalma ? In E. Nagy (Ed.), *A fiatal kutatók Magyarország megújulásáért - A Professzorok az Európai Magyarorszáért Egyesület III. PhD. konferenciája* (pp. 11–24).
- Google, & Ipsos. (2016). New insights into the mobile-first mindset of teens. Retrieved from https://storage.googleapis.com/think/docs/GenZ_Insights_All_teens.pdf
- Herzberg, F., Mauser, B., Snyderman, B. (1959). The motivation to work. (J. Wiley, Ed.) (2nd ed.). New York.
- Hsu, C. L., & Lu, H. P. (2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information and Management*, 41(7), 853–868.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2003.08.014>
- Hull, C. L. (1943). *Principles of Behaviour*. New York: Appleton-Century.
- Kang, S. H. K. (2016). Spaced Repetition Promotes Efficient and Effective Learning. Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences, 3(1), 12–19.
<https://doi.org/10.1177/2372732215624708>
- Kruglanski, A. W., & Mayseless, O. (1990). Classic and current social comparison research: Expanding the perspective. *Psychological Bulletin*, 108(2), 195–208.
<https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.2.195>
- Locke, E. A. (1996). Motivation through conscious goal setting. *Applied and Preventive Psychology*, 5(2), 117–124.
[https://doi.org/10.1016/S0962-1849\(96\)80005-9](https://doi.org/10.1016/S0962-1849(96)80005-9)

- Maccoby, E. E. (1980). *Social development: Psychological growth and the parent - child relationship*. New York: Harcourt Brace Jovanovich. Retrieved from <http://library.wur.nl/WebQuery/clc/200111>
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, 370–396.
- Newzoo. (2016). the Global Games Market Reaches \$99.6 Billion in 2016, Mobile Generating 37%. Retrieved from <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-99-6-billion-2016-mobile-generating-37/>
- Price, G. (2013). *Horizon Report > 2013 Higher Education Edition*. Retrieved from <http://www.nmc.org/publications/2013-horizon-report-higher-ed>
- Prievara, T. (2015). A 21. századi tanár. Neteducatio Kft.
- Richter, G., Raban, D. R., & Rafaeli, S. (2015). Studying Gamification: The Effect of Rewards and Incentives on Motivation. In *Gamification in Education and Business* (pp. 21–46). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-10208-5_2
- Siang, A. C., & Rao, R. K. (2003). Theories of learning: a computer game perspective. *Fifth International Symposium on Multimedia Software Engineering, 2003. Proceedings.*, 239–244. <https://doi.org/10.1109/MMSE.2003.1254447>
- Skinner, B. F. (1948). “Superstition” in the pigeon. *Journal of Experimental Psychology*, 38(2), 168–172. <https://doi.org/10.1037/h0055873>
- Sweetser, P., & Wyeth, P. (2005). GameFlow: A model for evaluating player enjoyment in games. *Computers in Entertainment*, 3(3), 1–24. <https://doi.org/10.1145/1077246.1077253>
- Vassileva, J. (2012). Motivating participation in social computing applications: a user modeling perspective. *User Modeling and User-Adapted Interaction*, 22(1–2), 177–201. <https://doi.org/10.1007/s11257-011-9109-5>

Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*, 149. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Woodworth, R., & Schlosberg, H. (1971). *Experimental Psychology* (3rd ed.). Holt, Rinehart and Winston.

Yee, N. K. (2005). Motivations of Play in MMORPGs. DiGRA 2005 Conference: Changing Views--Worlds in Play. Retrieved from <http://www.digra.org/dl/db/06276.26370.pdf>

Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*. Cambridge University Press.



Munka világa

GENERÁCIÓMENEDZSMENT

Szabó Katalin

Szent István Egyetem

Gazdaság-és Társadalomtudományi Kar

Társadalomtudományi és Tanárképző Intézet

E-mail: Szabo.Katalin@gtk.szie.hu

Absztrakt

Felgyorsult világunkban a korábbiakban megszokottakhoz képest gyorsabban váltják egymást a különböző generációk, és közöttük egyre nagyobb szakadékok keletkeznek. Napjainkban a munkahelyeken 4 generációnak kell eredményesen és hatékonyan együttműködnie, a munkaerő kereslet és kínálat folyamatai egyre intenzívebbé váltak. A generációk közötti harmonikus kooperáció megteremtése új humán erőforrás funkcióként jelenik meg a HR szakmában, mely hosszú távon versenyelőnyhöz juttathatja a vállalatokat.

Kulcsszavak: generációk, generációmenedzsment, együttműködés, HR

Generációk fogalmi keret

A generációkutatások a XX. század második felében kezdődtek el, melyek nyomán az egyes nemzedékek és azok jellemzőinek csoportosítására többféle megközelítés született. A generációk ismertetése előtt azonban mindenképp szükséges a kulcsfogalmak részletes áttekintése, mivel ez nélkülözhetetlen része, sőt mi több bizonyos értelemben előfeltétele az elméletek megértésének.

Szabó-Kiss szerzőpáros (2013) „A generációs konfliktusok kutatásának fogalmi kiindulópontjai” című munkája jelentős mérföldkőnek számít a generáció szó fogalmi tisztázásában. Meglátásuk szerint a kérdésfelvetés kifejezetten nemzetspecifikus, mivel a brit társadalomtudomány nemigen foglalkozott vele a '90-es évek előtt, míg az amerikaiak már a hatvanas évektől komoly érdeklődést mutattak a téma iránt. A

történelmi generációk inkább a kollektív társadalmi képzelet termékei és konstrukciói, mivel mindig visszamenőleg, emlékezés útján jönnek létre (Arber – Donfut, 2000; idézi Szabó-Kiss, 2013:108).

Generációs témakörben (is) egy magyar kutató, Mannheim Károly szociológus 1928-as „A nemzedékek problémája” című munkáját tekintik irányadónak a hazai és nemzetközi szakirodalomban egyaránt, melyben leírja, hogy a generációkat maga az egész társadalmakat érintő változások, azaz gazdasági, politikai, társadalmi, esetleg kulturális jellegű átalakulások hozzák létre (Szabó-Kiss, 2013). Az MTA Magyar Virtuális Enciklopédiában Gecser (2004) így fogalmaz: „A nemzedék Mannheim Károlytól származó szociológiai fogalma arra a társadalmi csoportra utal, amelynek tagjai nagyjából egy korcsoporthoz tartoznak, és a gyermekkori szocializációs folyamatot követően a világnézetüket meghatározó legfontosabb társadalmi tapasztalataik valóságos kötődéseket, tematikus közösséget hoznak létre köztük. Egy-egy nemzedéken belül megkülönböztet nemzedéki egységeket aszerint, hogy hogyan dolgozzák fel a közös élményt. A sajátosan nemzedéki tapasztalatok nem a társadalmi struktúrában elfoglalt pozícióhoz kapcsolódnak, mint a szocializáció során szerzett tapasztalatok, hanem a társadalmi változások értelmezésének módjához. Minél lassabb a társadalmi változások üteme és minél kevésbé tudatosulnak, annál kevésbé alakulnak ki szociológiai értelemben vett generációk a rájuk jellemző nemzedéki öntudattal. A generációs identitás a közös tapasztalatokon alapul, de nem feltétlenül következik belőlük, mint ahogy általában véve valamely csoporthoz tartozás nem feltétlenül jár együtt csoporttudat kialakulásával. Ugyanakkor a már kialakult nemzedéki identitást nagymértékben befolyásolhatják hordozói társadalmi szerepei.” Kraniauskiene (2007) azt írja, hogy Mannheim könyvében nem a fogalom genealógiai⁴

⁴ Genealógia: származástan; a nemzetségek, családok történetét, leszármazási rendjét tanulmányozó történeti segédtudomány; leszármazás, nemzedékek rendje, családfa. Forrás: Bakos Ferenc: Idegen szavak és kifejezések szótára.

értelmezésével foglalkozott, mivel szociológiai értelemben nem tekintette elégségesnek az életkor demográfiai feltételét. A szerző úgy véli, hogy a mannheimi generáció, olyan egyénekből álló társadalmi csoport, melynek tagjai serdülőkorban vagy fiatal felnőttkorban szükségszerűen konfrontálódnak egy korábban létező kultúrával, illetve annak átalakítási szándéka is felmerül bennük. Nagy-Fazekas (2016:41) a következőképpen értelmezi Mannheim gondolatait: „egy korcsoport akkor tekinthető generációnak, ha valamely közös immanens tulajdonság, nemzedéki tudat, közösségi jegy jellemzi őket, s ehhez három feltétel szükséges: a közös tapasztalat (élmény), a tényleges egymásra orientálódás és a közös helyzetértelmezés, attitűdök, cselekvési formák.” A szerzők véleményével teljes egyetértésben ki kell emelni, hogy mindez nem azt jelenti, hogy egy generáció valamennyi tagja adott jellegzetességeket mutatna, csak azt, hogy létezik egy generációs mintázat. A beskatulyázás, a címkézés kerülendő.

A generáció szinonimájaként gyakran emlegetik megtévesztően a korosztály fogalmat, mely az azonos időpontban megszületetteket, olyan személyek összességét jelenti, akik születésük dátuma alapján egy „közösséget” alkotnak. Ennek részeként a korcsoport pedig egy adott korosztály tagjaiból álló konkrét szerveződési forma, melynek egyik tudományos megnevezése a kohorsz (cohort), Norman B. Ryder nevéhez fűződik. Ryder (1965:845, idézi Szabó-Kiss, 2013) szerint a kohorsz „olyan emberek csoportja, akik valamilyen életeseményt ugyanabban az időintervallumban élnek át.”

Pilcher (2000), Riley (1998) és Miller (2000) munkásságához kapcsolódó kohorsz-generáció fogalom gyökerei a mannheimi meghatározáshoz nyúlnak vissza, de a sajátos történelmi korszakot összekapcsolják az életpálya intézményesült szakaszaival. Ebben a megközelítésben a kohorsz-generáció három részre bontható. Az előzetes kohorsz-generáció (első generáció) olyan egyénekből áll, akik a felnőttkort a nagy társadalmi átalakulások bekövetkezése előtt érik el. Az átmeneti kohorsz-generáció (második generáció) tagjai ezeket a

változásokat fiatal korukban élik meg, azaz a másodlagos szocializáció időszakában, amikor egyébként a legintenzívebb a tanulási folyamat és a tapasztalatszerzés az életükben. Az utólagos kohorsz-generáció (harmadik generáció) olyan személyekből áll, akik már az említett változások után születtek és élményeiket, benyomásaikat már a megváltozott új világból szerzik meg Kraniauskiene (2007). A szerző hozzáteszi, hogy a kohorsz-generációt, mint társadalmi identitást nem szükségszerűen egykorúak alkotják.

A generációk alatt McCrindle és Wolfinger (2010) azon egyénekből álló csoportokat értik, akik összehasonlítható életkorban és életszakaszban vannak, és ebből adódóan hasonló folyamatok (események, hiedelmek, trendek) formálták őket. Strauss és Howe (1991) „Generations” című könyvükben úgy fogalmaznak, hogy „a generáció olyan emberek csoportja, akik történelmi időn és helyen osztoznak, mely kollektív személyiséget biztosít számukra” (Strauss-Howe, (1991) idézi McCrindle M. – Wolfinger E. (2010:14).

Összességében megállapítható, hogy a generáció, mint fogalom az egy korszakban született emberek csoportjához képest többletjelentést hordoz magában, mely mindig valamilyen mélyreható változáshoz köthető.

A generációkutatások

Strauss és Howe (1991) elmélet

Strauss és Howe munkái egyértelműen kifejezik, hogy a nagy történelmi események szimbiotikus kapcsolatban vannak a generációkkal. Modelljük szerint ciklikusan körülbelül 15–20 évenként megy végbe a társadalomban a manheimi értelemben vett generációváltás. A szerzőpáros a generációs ciklusokat a krízisekkel és ébredésekkel szoros összefüggésben mutatják be a késő középkortól napjainkig és a következő archetípusokat feltételezik:

„Próféta (idealista): krízis-vég és újjáéledés közti állapot szülöttjei, inkább olyan előfutárai az ébredésnek, amely aktív

gyerekkort feltételez fegyelmezett, moralista értékrenddel, felnőtté válva pedig újabb krízishelyzet generálásával.

Nomád (reaktív): az ébredés ciklusának típusa, védtelen gyerekkort a pragmatikus felnőtt lét követi, amelynek középső szakaszában meghatározóvá válva realisták.

Hős (polgári): az ébredés után születnek, védett gyermekkorukat az önmagára támaszkodó, magabiztos felnőtt kor követi racionális építő akaratával.

Művész (alkalmazkodó): krízis idején születnek, életükben az egyéni áldozatvállalás etikája előtérbe kerül. A felnőtté válás csendes folyamatként zajlik.” (Pais, 2013:4)

A ma is élőkre koncentrálva, így a millenáris korszakot kiemelve Strauss és Howe az alábbi generációkat különbözteti meg (1. táblázat).

1. táblázat: Generációk Strauss és Howe szerint

Millenáris (ezredfordulós) szakasz			
Csendes generáció	művész (alkalmazkodó)	1925-1942	Krízis: gazdasági válság; II. világháború
Baby boom generáció	próféta (idealista)	1943-1960	Csúcs: Amerika szuperhatalom
X generáció	nomád (reaktív)	1961-1981	Ébredés: lelkiismereti forradalom
Y generáció	hős (polgár)	1982-1995	Problémamegoldó kultúrák háborúja, posztmodern
Z generáció	művész (alkalmazkodó)	1996-napjainkig	Krízis: globális pénzügyi válság, klímaváltozás, terrorizmus elleni küzdelem

Forrás: Saját szerkesztés Pais (2013:7) alapján

A szerzők egy későbbi munkájukban a ma élő generációkat net-generációknak is nevezik (2. táblázat) (Howe és Strauss, 2000).

2. táblázat: A net-generációk

Net-Generációk		
Veteránok	1925-1942	Idős korukban talákoztak először az internettel
Baby boom	1943-1960	Életük derekán talákoztak az internettel
X generáció	1961-1981	Kamasz- és ifjúkorban talákoztak az internettel
Y generáció	1982-1995	Gyermekkorban talákoztak az internettel
Z generáció	1996- napjainkig	Soha nem éltek olyan társadalomban, ahol nem volt internet

Forrás: Saját szerkesztés Howe-Strauss (2009) és Lénárd (2015) alapján

Prensky (2001) elmélet

Mark Prensky (2001) a korosztályi dimenziót az információs társadalommal való viszonyal is összevetette, és így a társadalmi generációkat két alapvető kategóriába sorolta, a digitális bevándorlók és digitális bennszülöttek csoportjába. Digitális bennszülöttek azok az egyének, akik beleszülettek a technológiák világába, digitális bevándorlónak pedig azokat nevezte, akik felnőtt korukban ismerkedtek meg a technológia eszközeivel. A két generáció között jelentős különbségeket állapított meg. Jukes és Dosaj (2006) a következőképp foglalták össze a két generáció fő jellemzőit (3. táblázat):

3. táblázat: Prensky (2001) generációinak fő jellemzői

Digitális bennszülöttek	Digitális bevándorlók
Gyorsan kívánnak információt szerezni többféle multimédia-forrásból	Korlátozott számú forrásból származó információ lassú és ellenőrzött átadását részesítik előnyben (nyomdafesték-sovinizmus)
A párhuzamos információfeldolgozást és a több feladattal való egyidejű foglalkozást (multitasking) kedvelik.	Az egyszintű információ-feldolgozást és az egyetlen (vagy csekély számú) feladatra való koncentrációt kedvelik (egyszintű terhelhetőség).
A szövegnél szívesebben dolgoznak kép-, hang- és videó-információkkal.	A kép-, hang- és videó-információkkal szemben előnyben részesítik a szöveget.
Szívesen keresnek rá véletlenszerűen, hiperlinkek útján elérhető multimediális információra (nem-lineáris feldolgozás)	Az információkat lineárisan, logikusan felépített és adagokra bontott formában kedvelik.
Kedvelik a szimultán kölcsönhatásokat, illetve a hálózati kapcsolatok létesítését számos más felhasználóval.	Inkább az egyéni munkavégzést részesítik előnyben. Jobban kedvelik, ha a tanulók egyénileg, másoktól függetlenül, mintsem másokkal hálózati kapcsolatokat fenntartva, kölcsönhatásban dolgoznak.
Legszívesebben „éppen időben” (just-in-time), vagyis az utolsó pillanatban tanulnak.	Szívesebben „minden eshetőségre felkészülve” (just-in-case) tanítanak (a vizsgakövetelmények szem előtt tartásával).
Az azonnali megerősítést és azonnali jutalmat kedvelik.	Szívesebben választják a késleltetett megerősítést és jutalmazást.
Azt tanulják szívesebben, ami releváns, azonnal hasznosítható és egyszerűen szórakoztató.	A standardizált tesztekre való felkészítést szolgáló oktatást részesítik előnyben, a tantervi irányelveknek megfelelően.

Forrás: Saját szerkesztés Jukes-Dosaj (2006:37, idézi Bessenyei, 2010:26) alapján

A generációmenedzsment

A magyar szakirodalomban nem található egyelőre egységesen elfogadott definíció a generációmenedzsment értelmezésére, de sok helyen találkozhatunk magával a fogalomhasználattal. A

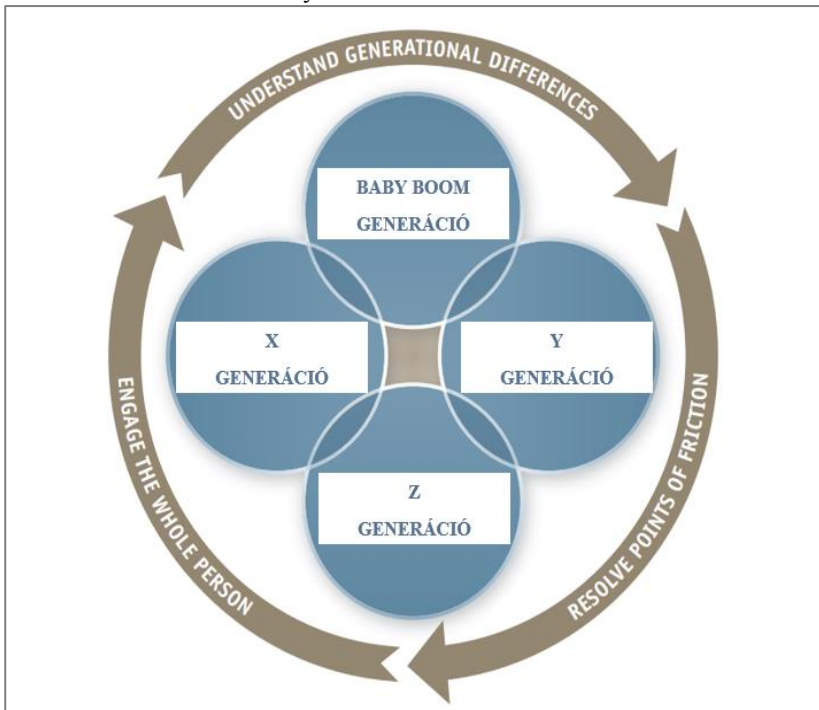
generációmenedzsment és úgy általában véve a generációk közötti együttműködés kérdésköre a munkahelyeken merült fel az Y generáció megjelenésével, nagy terhet róva és fejtörést okozva a humán erőforrás menedzsereknek a napi munkájukban, de hasonlóan égető problémák jelentkeznek az iskolapadokban, legyen szó általános iskoláról vagy akár egyetemi oktatásról.

A generációmenedzsment megjelenésének egyik kiváltó oka a társadalom elöregedése. A KSH (2012) adatai alapján Magyarország jelenlegi területén 1980-ban éltek a legtöbben, 10 millió 709 ezren, azonban a népesség száma folyamatosan csökken. 2010-ben az ország lakóinak száma a 10 milliós lélektani határ alá esett, 2017. január 1-én a népesség 9 millió 799 ezer fő volt (KSH, 2017). A munkaerőpiacon alapvető változások kezdődtek meg az elmúlt évtizedben. A pályakezdők száma évről évre egyre alacsonyabb a nyugdíjba vonuló munkavállalók számához képest. A népesség életkor szerinti összetételében folytatódik a már hosszabb ideje tapasztalt szerkezeti változás, Magyarországon is felgyorsult a népesség öregedési folyamata. Ennek mutatója többek között, hogy év elején száz gyermekre 129 időskorú (65 éves és annál idősebb) lakos jutott (KSH, 2017). Tehát a legtöbb emberi erőforrás menedzsment funkció, mint például az emberi erőforrás tervezés, toborzás, kiválasztás, munkaerő megtartás, tehetségmenedzsment mind-mind jelentős kihívással szembesül. Fejér (2011) szerint „ugyan a munkaadók egyre többet beszélnek erről az új kihívásról, de legtöbbször tisztázatlanok maradnak a saját szervezetükre gyakorolt hatások”. Az viszont egészen biztos, hogy a demográfiai változás következményei a verseny- és a közsférában egyaránt megjelennek. Véleménye szerint a szükséges és lehetséges megoldások az újonnan megjelenő generációmenedzsment HR funkció alkalmazása által jöhetnek létre. A generációmenedzsment megjelenése ezen túlmenően a generációs különbségek nagyságának hirtelen megugráásával is magyarázható.

A generációmenedzsment lényegében a több generációs munkahelyeken a különböző generációk tagjai közötti

hatékonyan együttműködés elősegítését szolgálja, egyben a tudástranszfer és a fiatalok bevonzásának, megtartásának új HR eszköze. A Profiles Tanácsadó cég által használt generációmenedzsment definíció a következő: „A generációmenedzsment olyan stratégiai szintű intézkedések összessége, melyek során a vállalat figyelembe veszi, hogy a különböző életszakaszban tartó személyek különböző igényeket támasztanak a munkaerőpiac szereplői felé” (Kovács-März, 2017).

1. ábra: Covey Generációmenedzsment modell



Forrás:

https://archive.franklincovey.com/download/leading_across_generations.pdf
f alapján

A Franklin Covey tanácsadó cég egy globális szervezet, melynek szakterülete a vállalatok teljesítményének javítása. Olyan eredmények elérésében segítik a szervezeteket, melyek az

emberi viselkedés változását igénylik. Az anyavállalat egyik továbbképzési programja a „Leading Across Generations,” melynek során lényegében a generációmenedzsment alapjait sajátíthatják el a vezetők. Szemléletünkben a generációk közötti szinergia megteremtésének elérése a cél, nem csupán a generációs konfliktusok megszüntetése. Modelljüket az 1. ábra szemlélteti, melynek fő lépései:

A generációs különbségek megismerése, megértése

A súrlódási pontok felismerése, feloldása

Az egyéni tehetségek kibontakoztatása, elköteleződés megteremtése (Franklin Covey Co.)

Miért van szükség generációmenedzsmentre a munkahelyeken?

Azt mindenképpen le kell szögezni, hogy generációs különbségek eddig is voltak, és minden munkahelyen előfordultak, ez alapvetően nem a XXI. század újkeletű problémája. Kissné (2014) úgy fogalmaz, hogy azonban soha nem volt ilyen mély szakadék az egy munkahelyen megtalálható munkavállalók generációi között. A változás okát abban látja, hogy az ipari társadalmat fokozatosan felváltotta először az információs társadalom, majd a tudásalapú társadalom, amely számos területen teljesen új megoldásokat hozott létre. Az internet lehetővé teszi az információk gyors megszerzését, ugyanakkor megváltoztatja az emberek közötti kapcsolatok jellegét és korábban soha nem látott, tapasztalt generációs konfliktusokat szül. Besenyei (2016) szerint a mai változások időbeli és tartalmi paraméterei gyökeresen különböznek a korábbiaktól. Sokáig az idősebbek tapasztalata, bölcsessége, erkölcsi és etikai értékrendje egyértelmű alapokat képeztek a fiatalok számára. Napjainkban az értékrendek módosulnak, az informatikai forradalom talaján állva újszerűen merül fel a kettős szocializáció, a „ki tanul kitől” kérdés, a tanulás és a munka értelmezése, folyamata, módszertana stb. Ezek az újszerű vonások teszik a XXI. századi generációváltást teljesen egyedivé.

Generációk a munkahelyeken

A szakirodalomban többféle rendszerezés található a generációk megkülönböztetésére, melyek esetében a jelölt évszámok gyakran eltérnek. Jelen tanulmányban a Tari Annamária (2010) munkáira támaszkodva a következő generációkat különböztetjük meg:

Veterán generáció (1925-1945): Számukra a mai világ semmiben nem hasonlít arra a világra, amiben felnőttek, köztük vannak olyanok is, akik megélték a II. világháborút. A technika egyáltalán nem tölt be fontos szerepet, sőt inkább megnehezíti az életüket. Általában egy helyen dolgoztak egész életükben, ezért csodálkozva és döbbenetben fogadják a fiatalok gyakori munkahelyváltását.

Baby Boom generáció (1946-1964): Ez a generációs is offline generáció, de sok mindent megélt, tapasztalt nemzedék. Jellemző rájuk az egymás iránti és a munkahely tisztelete, a fegyelem, a konzervatív gondolkodásmód. Tagjai a szocializmus építői voltak, és a rendszerváltás sok csalódást okozott nekik. A nyelvtudás hiánya óriási problémát jelentett nekik az elhelyezkedésben, a szocializmusban megszokott biztonságot felváltotta a kiszámíthatatlan versenypiac. Ez a generáció még személyesen ismerte a vezetőjét. Ők jelenleg már nyugdíjasok, vagy közel állnak hozzá.

X generáció (1965-1979): Tagjainak gyermekkorát nem befolyásolta az online tér, de fiatal korukban találkoztak a technológiai vívmányaival. Megbízhatóak, kontrolláltak, jellemző rájuk a szakmai igényesség és a nagy fokú munkafegyelem. Gondot jelent számukra a munka-magánélet egyensúlyának kézben tartása, mivel nagyon sokat dolgoznak, ami a magánéletük rovására megy, pedig családjuknak is a lehető legjobbat szeretnék. Az X generáció munkaéletéből kezd kikopni a személyes kapcsolat, egyre gyakoribb, hogy nem is ismerik főnököket.

Y generáció (1980-1995): A millenáris vagy az első digitális nemzedék átmenetet képez az offline és az online behatás terén. Ők az X generáció gyermekei, akik már gyermekkorukban

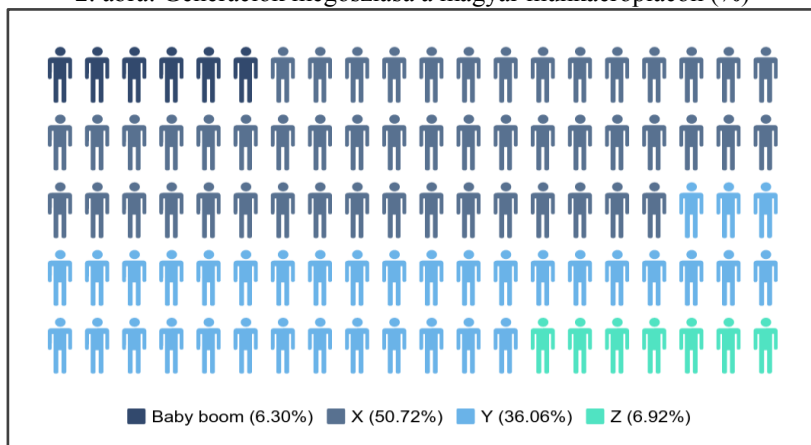
megismerkedhettek a modern kommunikációs eszközökkel. Sikerorientáltak, rugalmasak, információéhesek, és rendkívül önállóak. A munka számukra nem csak kötelezettség, hanem egyben a kreativitásuk műhelye is.

Z generáció (1996-20009): Ők a digitális bennszülöttek, akik bátrak, kezdeményezők, magabiztosabbak, és még sokkal merészebbek az előző generációnál is. A munkaerőpiacon még csak kis mértékben vannak jelen, de a munkaadók felfigyeltek túlzott magabiztosságukra, magas munkahelyi elvárásaikra. Elsősorban az önállóságot preferálják, és munkaélményre vágnak.

Alfa generáció (2010-): Az alfa gyermekek beleszülettek a digitális világba, csak feltételezések vannak arra vonatkozóan, hogy mi lesz rájuk jellemző.

A veterán generáció már jellemzően nincs a munkaerőpiacon. A KSH legfrissebb adatai szerint a magyar munkaerőpiacon a munkavállalók alig 6,30%-t teszik ki a Baby boom generáció tagjai, és pár éven belül ők is nyugdíjba vonulnak. Őket követi az X generáció (50,72%), arányuk meghaladja minden más generáció jelenlétét. Az összes foglalkoztatott 36,06%-a Y generációs és a munkavállalók 6,92%-a Z generációs (2. ábra).

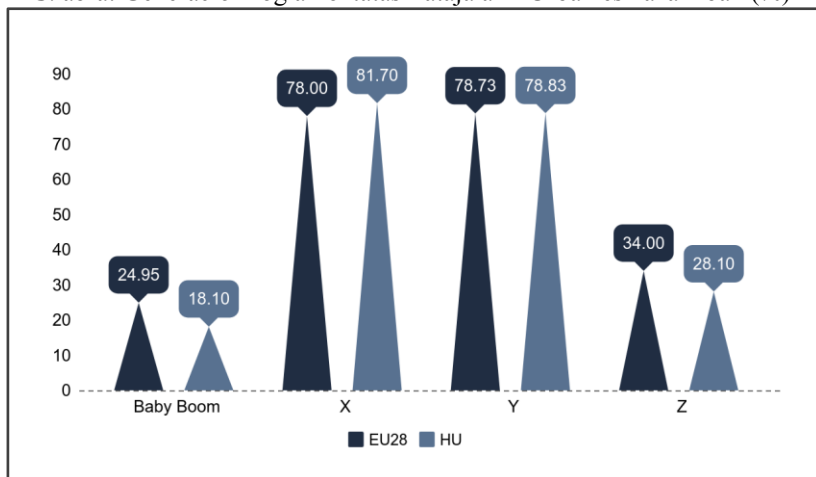
2. ábra: Generációk megoszlása a magyar munkaerőpiacon (%)



Forrás: Saját szerkesztés a KSH adatai alapján

Az Unió tagállamaiban az EUROSTAT adatai alapján átlagosan 71,1%-ot (hazánkban 70,1%) ért el a foglalkoztatási ráta 2016-ban, mely egyelőre elmarad az Európa 2020 növekedési stratégiában kitűzött 75%-os céltól. A 3. ábra a különböző generációk foglalkoztatási rátáját szemlélteti az EU-ban és hazánkban. Jól látható, hogy az EU-ban összességében magasabb a Baby boom és a Z generáció foglalkoztatási rátája, és alacsonyabb az X generáció mutatója. Az Y generáció foglalkoztatása szinte azonos képet mutat.

3. ábra: Generációk foglalkoztatási rátája az EU-ban és hazánkban (%)



Forrás: Saját szerkesztés az EUROSTAT adatai alapján

Besenyei (2016) a jövőre vonatkozóan a KSH Népszámtudomány Kutatóintézetének prognózisai alapján azt írja, hogy 2020 és 2050 között 25%-os csökkenés várható a munkaképes korú népesség számában, a generációk szempontjából vizsgálva pedig 2025 után belép az alfa generáció és 2030-ra a Baby boom generáció teljesen kilép a munkaerőpiacról, 2040-re pedig várhatóan az X generáció is. 2040-2050 között a munkaerőpiac stabil munkavállalói kizárólag Z és Y generáció tagjai lesznek. Ezzel szemben a jelenben a Baby boom, X és Y generációk határozzák meg a hazai és a nemzetközi munkaerőpiacot, és tagjaik igen színes és eltérő

tulajdonságokkal rendelkeznek. „A generációk különféle jegyeket hordoznak, melyek nemcsak a fogyasztói szokásaikat, hanem a munkahelyi elvárásait és viselkedésüket is meghatározzák.” (Barta, 2011:389) A különböző munkahelyi jellemzőket foglalja össze az 4. táblázat.

4. táblázat: A különböző generációk munkával kapcsolatos jellemzői

	Veterán	"Baby Boom"	X generáció	Y generáció	Z generáció
Technológia	Nem jártas az új technológiákban, képezni kell	Nem szokott hozzá, hogy rábízza magát az új technológiákra, ellenáll	Technológia-őrült. A legújabbat akarja	Internet az alapvető kommunikációs eszköz, megszokta az interaktív megoldásokat	Egyszerre több mindennel szívesen foglalkozik, és jól ismeri az ehhez szükséges technológiát
Munkahelyváltás	A lojalitás vagy munkaetika hiányának tekinti	Tart attól, hogy a munkahelyváltás gyengíti szenioritását, esélyeit	Alapvetőnek tekinti a versenyképes önéletrajzhoz	Akár egyidejűleg több karrier építésére is nyitott	Nem fél váltani, gyorsan vált, ha szükséges
Vezetés	Igényli a világos, szenioritás alapú, autoriter vezetést	Elfogadja a hierarchikus, autoriter struktúrákat	A részvételen alapuló, demokratikus struktúrát igényli	Fontos a döntésekbe való bevonás, igényli az önállóságot	Tudásalapú vezetést kedveli, igényli az önállóságot
Viszony változáshoz	A hagyományokhoz való kötődés miatt a változást károsnak véli	Kevésbé rugalmas, ellenáll a változásoknak	Értékeli a változást	Rugalmas munkavállaló, maga érdekévé formálja a változást	Szereti
Lojalitás	Magától értetődő, kiemelt értéknek véli	Lojális, de nyitott a jobb állásajánlatra. Elfogadja, hogy a munkahely szempontjai sokszor fontosabbak a magánéletnél	Egyénekhez, csoportokhoz és nem cégekhez lojálisak	Magához és személyes kapcsolataihoz lojális. A magánélet prioritásai erősebbek, mint a munkahelyé	A brandhez lojális

Képességek fejlesztése	Már kiképzettnek érzi magát	Attól tart, hogy az utána jövők elveszik a munkáját	A siker kulcsának érzi	Alapvető motiváció, a munka közben is keresi az új információkat	Magabiztosan alkalmazza, amit tud, a multitasking rontja a koncentrációt
Javadalmazás	Lojalitása miatt hosszú távon számol	Lojalitása miatt hosszú távon számol	Azonnali jutalmazást vár, nem hisz a munkahelyi biztonságban	Teljesítményal apú bérezést igényel, saját piaci értékének figyelembe-vételével	Azonnali kompenzáció, magas fizetési elvárások

Forrás: Saját szerkesztés Bokor et. al. (2007) és Patterson (2005) alapján

Összefoglalás

Az emberiség történelmét vizsgálva egyértelműen megállapítható a gazdasági-társadalmi változások ütemének egyre fokozódó felgyorsulása. Hihetetlen sebességgel rövidülnek az átmenetek, a jelen egyre közelebb és közelebb kerül a jövőhöz, mely végső soron egyre nehezebbé teszi a jelen pillanatainak, örömeinek és kihívásainak megélését. „Szinte észrevehetetlen, hogy a tegnap ma volt, a ma pedig holnap lesz. Az exponenciálisan gyorsuló idő megrövidíti a változás lineáris szakaszait, egyre gyakoribbá válnak, egyre erőteljesebbek lesznek a minőségi ugrások” (Besenyei, 2016: 53). A generációk között mindig is voltak bizonyos feszültségek, az idősebbek régmúlthoz való kötődése és ragaszkodása gyakran szemben állt a fiatalok jövőorientáltságával. Az információs társadalomban felnőtt és felnövekvő generációk azonban merőben átalakítják a körülöttük lévő világot, a munkahelyeknek pedig alkalmazkodni kell ehhez az új helyzethez.



„Az Emberi Erőforrások Minisztériuma ÚNKP-17-4
kódszámú Új Nemzeti Kiválóság Programjának támogatásával
készült”

Irodalomjegyzék

Arber S. – Donfut, C-A. (2000): The Myth of Generational Conflict. The Family and the State in Ageing Societies. Routledge, London. idézi Szabó-Kiss (2013:108)

Barta J. (2011): Élet és tudomány: Milyen lesz az Y-generáció? 66. évf. 13. sz. 389. p.

Besenyei L. (2016): A munkaerőpiac generációs struktúrájának alakulása a XXI. század első felében in: Tóth A. – S. Gubik A.: Magyarország 2025-ben és kitekintés 2050-re. Tanulmánykötet Nováky Erzsébet jövőkutató kollégáinak és barátainak írásai. Arisztotelész Kiadó. Budapest. 53-62. pp.

Bessenyei I. (2010): A digitális bennszülöttek új tudása és az iskola. Oktatás-Informatika Folyóirat. 2. évf. 1-2. sz. 24-31. pp.

Bokor A. – Szóts-Kováts K. – Csillag S. – Bácsi K. – Szilas R. (2007): Emberi Erőforrás Menedzsment. Budapest, Aula Kiadó, 39-43. pp.

Fejér T. (2011): Új HR funkció: generációmenedzsment. HR Portal. <https://www.hrportal.hu/hr/uj-hr-funkcio-generaciomenedzsment-20110304.html> [Letöltés ideje: 2017. január 21.]

Franklin Covey: Leadership Modular Series: Leading Across Generations.

https://archive.franklincovey.com/download/leading_across_generations.pdf [Letöltés ideje: 2017. november 10.]

Gecser O. (2004): Magyar Virtuális Enciklopédia. A Magyar Tudományos Akadémia Filozófiai Kutatóintézete gondozásában. Nemzedékek.

<http://www.hunfi.hu/nyiri/enc/1enciklopedia/fogalmi/szoc/nemzedek.htm> [Letöltés ideje: 2017. január 21.]

Howe, N., & Strauss, W. (2000). Millennials rising: The next great generation. New York: VintageBooks. p. 432.

Jukes, I. – Dosaj, A. (2006): Understanding Digital Children (DKs). Teaching and Learning. The InfoSavvy Group. 2–67. pp. idézi Bessenyei (2010:26)

Kissné András K. (2014): Generációk, munkaerőpiac és a motiváció kérdései a 21. században. HRM Online Magazin.

- http://www.ohe.hu/hrmagazin/cikkek/generaciok-munkaeropiac-es-a-motivacio-kerdesei-a-21-szazadban#_ftn3 [Letöltés ideje: 2017. november 17.].
- Kovács J. – Márcz B. (2017): Like or Dislike. Az Y generációról a munkahelyeken. Profiles International. https://www.google.hu/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwj5-fCl4c3XAhXoYZoKHbXNAIYQFggmMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.mkvk.hu%2Fletolthetoanyagok%2Fkonferencia%2Fokk%2F2017%2FII.03_KovacsJudit_dia.pdf&usg=AOvVaw2LJs0m3-uuyZUr9SsWENIt [Letöltés ideje: 2017. november 17.].
- Kraniauskiene, S. (2007): Generációk: a fogalom gyakorlati alkalmazása. Világosság. 2007/7–8. 123–137.pp.
- KSH (2012): Magyarország társadalmi atlasza. Központi Statisztikai Hivatal. Budapest. 5-59. pp.
- KSH (2017): Magyarország 2016. Központi Statisztikai Hivatal. Budapest. 7-42. pp.
- Lénárd A. (2015): A digitális kor gyermekei. Gyermeknevelés. 3. évf. 1. szám. 74-83. pp.
- Mannheim K. (2000) [1928]: A nemzedékek problémája: In Mannheim K.: Tudásszociológiai tanulmányok. Budapest: Osiris, 201–255. pp.
- McCrindle M. – Wolfinger E. (2010): Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. Budapest, Korunk Baráti Társaság. XXI/11. pp. 13-19.
- Miller, R. L. (2000): Researching Life Stories and Family Histories London, Sage Publications.
- Nagy Á. – Fazekas A. (2016): Offline helyett online szabadidő? A fiatalok szabadidős tereinek és médiahasználatának átalakulása. Médiautató. XVI. évf. 2. szám. 41-57. pp.
- Pais E. R. (2013): Alapvetések a Z generáció tudománykommunikációjához. TÁMOP-4.2.3.-12/1/KONV-2012-0016. Pécs. 2-15. pp.

- Patterson, C. (2005): Generation stereotypes, APA. Org
<http://www.apa.org/monitor/jun05/stereotypes.aspx> [Letöltés ideje: 2017. január 21.].
- Pilcher, J. (2000): Age and Generation in Moder Britain. Oxford: Oxford University Press.
- Prensky, M. (2001): On the Horizon. NCB University Press, Vol. 9 No. 2001 október 5. magyarul: <http://htmlinfo.hu/tarhaz/digitalis-bennszulottek-1-resz/> és <http://htmlinfo.hu/tarhaz/digitalis-bennszulotte-2-resz/> [Letöltés ideje: 2017. november 10.]
- Riley, Matilda White (1998): A Life Course Approach: Autobiographical Notes. In: Giele, Janet Z.– Elder, Glen H. (eds.): Methods of Life Course Research: Qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks, Sage.
- Ryder, Norman B. (1965): The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. American Sociological Review, Vol. 30, No. 6 (Dec., 1965), 843–861. pp. (idézi Szabó-Kiss, 2013)
- Strauss, W. – Howe, N.(1991): Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. William Morrow & Company, New York. p. 538.
- Szabó A. – Kiss B. (2013): Konfliktus és generáció. A generációs konfliktusok kutatásának fogalmi kiindulópontjai. Politikatudományi Szemle XXII/4. 97-115. pp.
- Tari A. (2010): Y generáció – Klinikai pszichológiai jelenségek és társadalomlélektani összefüggések az információs korban. Jaffa Kiadó. Budapest.

A Z GENERÁCIÓ MUNKÁHOZ VALÓ VISZONYA

Csehné Papp Imola

Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar,
Társadalomtudományi és Tanárképző Intézet
papp.imola@gtk.szie.hu

Absztrakt

A tanulmány az első éves alapszakon tanuló hallgatók pálya- és munkaelképzeléseit mutatja be, igényeiket a jövőbeli munkakörülményeikkel kapcsolatban, továbbá elvárásait a bérrel és beosztással összefüggésben. A 98 fővel végzett kérdőíves felmérés feltételezése szerint a hallgatók generációs jellemzői tetten érhetők az álláskeresésre vonatkozóan is, épp emiatt tájékozottak a munkaerőpiacról és reális elképzeléseik vannak az elhelyezkedést illetően. A vizsgálat kérdésfeltevése csak részben nyert megerősítést.

Kulcsszavak: elvárások, munkaerőpiac, Z generáció

Bevezetés

Fontos feladat, hogy nyitott szemmel járó, megalapozott döntéseket hozó, alkalmazkodni tudó fiatalokat neveljünk, s ez a gondosabban felépített és szervezett oktatási rendszer és a családi kereteken belül zajló információátadás eredményeként jöhet létre. A Z generáció, mint a második digitális nemzedék ugyanakkor sajátos kihívások elé állítja az oktatás és munkaerőpiac területén az idősebbeket. Megváltozott a kommunikáció, a gondolkodás, a viselkedés némely vonása, előtérbe került az online tér és vele együtt egy olyan érzelmi működés, ami eddig nem volt tapasztalható. Lényeges, hogy ne mélyüljön a szakadék, amely a Z generáció és a többi generáció között tátong. Megismerni és megérteni szükséges ezt a jelenséget és folyamatot, mert csak így lehet sikeres és hatékony az együttműködés a munka, iskola és magánélet helyszínein.

Elméleti háttér

A ma már kevésbé használatos emberöltő kifejezés klasszikus értelemben 20-25 évet ölel fel, amelyet a generációk elhatárolása szempontjából érvényben lévő adatnak tartunk. McCrindle és Wolfinger (2010) meghatározása szerint a generáció olyan személyek tömbje, akik ugyanabban a korszakban születtek, ugyanazon időszak formálta őket, egyező társadalmi jellemzők voltak hatással rájuk, azaz egy azonos életszakasz, létfeltételek, technológia, események és tapasztalatok által összekapcsolt csoport. A Z generációhoz tartoznak azok a személyek, akik 1995-2009 között születtek. Számos más elnevezés is született számukra a szakirodalomban, mint például a net generáció vagy digitális bennszülöttek generációja (Chris et al, 2010). A népességi korfák alapján a legkisebb létszámú korcsoportot alkotják, akik a legkisebb létszámú családokban nőn(tt)ek fel, mert a sokszor karriert befutó, a családalapítást a megszokotthoz képest jóval későbbre halasztó 30-as, 40-es édesanyák gyermekei. Várhatóan az előző generációkhoz képest hosszabb élettartammal rendelkeznek. Ők képezik az első globális nemzedéket, mert teljes egészében beleszülettek abba a világba, amelyet egyre inkább meghatároznak a különböző digitális technológiák. Információforrásuk is leginkább a web. Hozzászoktak ahhoz, hogy állandó kapcsolatban vannak egymással, hogy folyamatos, korlátlan és azonnali hozzáférésük van a világhálóhoz. „Ha kapcsolatba akarunk velük lépni, először a facebookon keressük őket.” (Tari, 2010) melyekkel gyakorlatilag együtt nőttek fel (Kapil-Roy, 2014). Ennél fogva a szocializációjuk is virtuális térben történik. Jellemző rájuk, hogy professzionálisan kezelik az elektronikus eszközöket, a közösségi tereken naponta akár több száz emberrel is kommunikálnak, ezernél több baráttal rendelkezhetnek. A való életben zajló kommunikációt stresszhelyzetként élik meg, ezért egyre inkább bezárkóznak, és az internet nyújtotta biztonságba menekülnek. A Z generáció ösztönösen olyan képességekre, készségekre tesz szert, mint a többfeladatos „multitasking”, az együttműködő és önszabályzó

tanulás, nem ritka a tevékenységeik közötti párhuzamos cselekvés. Ez a generáció mindezekre a készségekre az iskolán kívül, szabadidejében tesz szert, kizárólag önszabályozó módon, illetve hálózatban fellelhető korcsoportjától tanulva (Kissné, 2014). Mindemellett nagyon fontos számukra az élmény, jól szeretnék érezni magukat, történjen az a munkahelyen vagy otthon (Tabscott, 2009).

A mai munkaerőpiacon aktív erőt képvisel a Baby boomer, az X, és az Y generáció. A Z nemzedék jelenleg pályakezdőként jelenik meg. Az említett csoportok közül az első határozottan, az X pedig már vészesen közeledik munkaerő-piaci szempontból veszélyeztetett kategóriához az egyén végzettségétől és nyelvtudásától, munkaerőpiaci értékétől függően. A Z generáció munkahelyi viselkedését most még csak elképzelni lehet, de az eddigi ismeretek alapján egészen más elvárásokkal (Mészáros-Kollár, 2016) lépnek a munkaerőpiacra (Ozkan-Solmaz, 2015), mely a szervezetek számára óriási kihívást jelent (Singh, 2014). Feltehetően ugyanúgy, mint az Y generáció esetében, Z generáció tagjaira is a gyors váltások lesznek jellemzőek. Sokkal gyorsabb ritmusban élnek, mint elődeik, és készek lesznek az azonnali változtatásra. Kompromisszum nélkül változtatnak majd munkahelyet, ahányszor csak szükségét érzik, és nem aggódnak amiatt, hogy nincs biztos fizetésük meg egy állandó munkahelyük. Praktikus szemlélet jellemzi őket, az egyén szabadságát, a formalitásmentes közvetlen környezetet nagyra értékelik. Nem a szavak és az érzelmek a sajátosságaik, elképzeléseiket komoly áldozatok árán is képesek megvalósítani. Ők már nem egyénileg, hanem egymással összefogva szolgálják a közösséget. Két munkahely közül szívesebben választják a tudatos társadalmi felelősségvállalási stratégiával és környezettudatos gondolkodással rendelkező lehetőséget (Kissné, 2014; Ferincz-Szabó, 2014).

Az Y és Z generáció megjelenésével a HR-esek új kihívásokkal állnak szemben: mindkét generáció tehetségeinek hosszú távú megtartása és ösztönzése szinte globális probléma. Számukra a

munka és a magánélet egyensúlya nem cél, hanem kiindulópont. A sikerorientáltság és a közösséghez tartozás vágyának átlag feletti értékeiből kikövetkeztethető, hogy ez a generáció, amennyiben unatkozik, nem érzi magát jól a munkahelyén. Ha kap egy jobb lehetőséget, képes azonnal váltani, kockáztatva akár a következő munkahely hasonló sorsra jutását és így a munkanélküliséget is. Fő motivációs forrásuk a változatosság, a különlegesség, a lazább keretek és a megfelelő javadalmazás (Ferincz-Szabó, 2012).

A tudatos álláskereséskor a leendő fiatal munkavállalónak át kell gondolnia erőforrásait, tehát iskolai végzettségét, képzettségeit, ismereteit, tapasztalatait, képességeit, személyes tulajdonságait, érdeklődési körét, azt, hogy mit vár a munkától, munkaadóktól mindezért cserébe, melyek azok az elvárások, amelyek teljesülése fontosak számára. Kimondva, kimondatlanul, de mindenki él bizonyos elvárás leendő munkájával, munkahelyével, munkakörével szemben. Ez vonatkozhat a munka jellegére, a munkakörülményekre, munkatársakra, főnökökre, beosztottakra, munkahelyi légkörre éppúgy, mint a fizetésre, szabadidőre, egyéb juttatásokra is. Ugyancsak ide tartozhat a továbbtanulási-, előrelépési lehetőség, a változatos munka, a kreatív-, újító szellem kiaknázása, és minden olyan elvárás, ami az álláskeresőnek, munkavállalónak fontos lehet, sokszor vállalva azt is, hogy ki kell kerülnie a komfortzónájából (Mészáros, 2017). Az erőforrások és elvárások végiggondolását, összegyűjtését követően dönthető el, hogy melyek azok a munkakörök, keresett- vagy célállások, amelyeket az álláskereső reális eséllyel megpályázhat. A fentiek átgondolása sokszor talán a legnehezebb a pályaválasztásban illetve álláskeresésben. De ezek hiányában, a munkahelykeresés csak vágyvezérelt lesz, amit sok csalódás követ (Csehné, 2015; Csehné, Molnár, 2016; Csehné, Szabó, Schwarczová, Hajós, 2017).

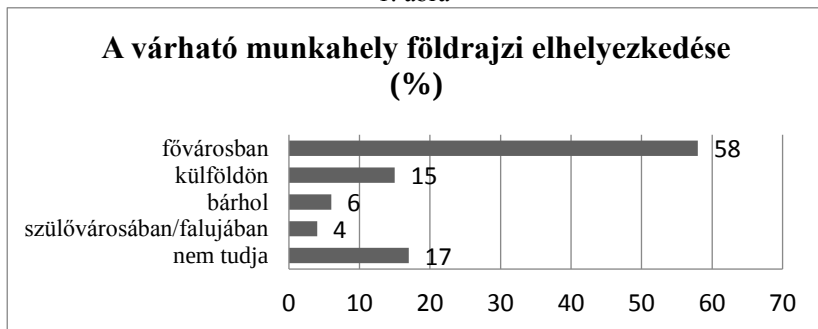
A vizsgálat

Az empirikus kutatómunka, a Szent István Egyetem Z generációba tartozó hallgatóira terjedt ki (98 fő), és 2013-2014-ben készült, nem reprezentatív minta alapján. A kérdőíves felmérés a hallgatók munkaerőpiaci szándékainak és munkahellyel kapcsolatos elképzeléseinek feltárására irányult. A kutatás feltételezése – miszerint a hallgatók generációs jellemzői tetten érhetők az álláskeresésre vonatkozóan is, épp emiatt tájékozottak, tehát reális elképzeléseik vannak az elhelyezkedést illetően – csak részben igazolódott be.

A kutatásban részt vevő hallgatók nemek szerinti megoszlása leképezi a kar esetében fennálló nemek szerinti arányt: 23%-ban férfiak, 77%-ban nők töltötték ki a kérdőívet. A megkérdezettek közül csupán 19%-nak nincs semmilyen nyelvvizsgálója, 81% rendelkezik vele, ebből 3% alap-, 5% felső-, 92% középszinten beszél nyelvet. A nyelvvizsgák többsége angol, illetve német nyelvre vonatkozik.

A hallgatók közel fele (47%) a záróvizsga után továbbtanulni is, és dolgozni is szeretne. A megkérdezettek 28%-a csak dolgozni, és 19%-a kizárólag tanulni akar. A minta 3/4-e a saját szakterületén szeretne munkát találni, és csak 25%-uk válaszolta azt, hogy más területen próbálkozna. Az elhelyezkedésre vonatkozó elképzeléseik földrajzi tekintetben leképezik Magyarország főváros-központú berendezkedését: a hallgatók több mint fele (58%) Budapesten szeretne munkát vállalni. A külföldre irányuló szándékok a generáció sajátosságait ismerve kevésbé voltak dominánsak: csak 15% szeretne más országban dolgozni. Ugyanakkor nagyon alacsony (4%) azoknak az aránya is, akik tanulmányaik elvégzése után hazatérnének szülőhelyükre (1. ábra)

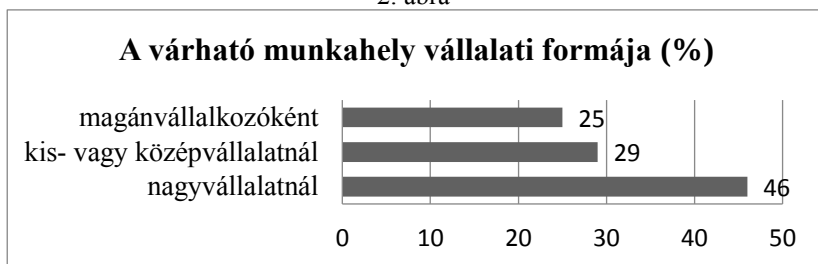
1. ábra



forrás: saját szerkesztés

A mintában részt vevők közül kiemelkedik azoknak a száma (46%), akik nagyvállalatnál, multinacionális cégnél dolgoznának legszívesebben a jövőben. Ezt követően közel azonos számban jelölték be a megkérdezettek a középvállalatot (29%) és a magánvállalkozást (25%) (2. ábra).

2. ábra

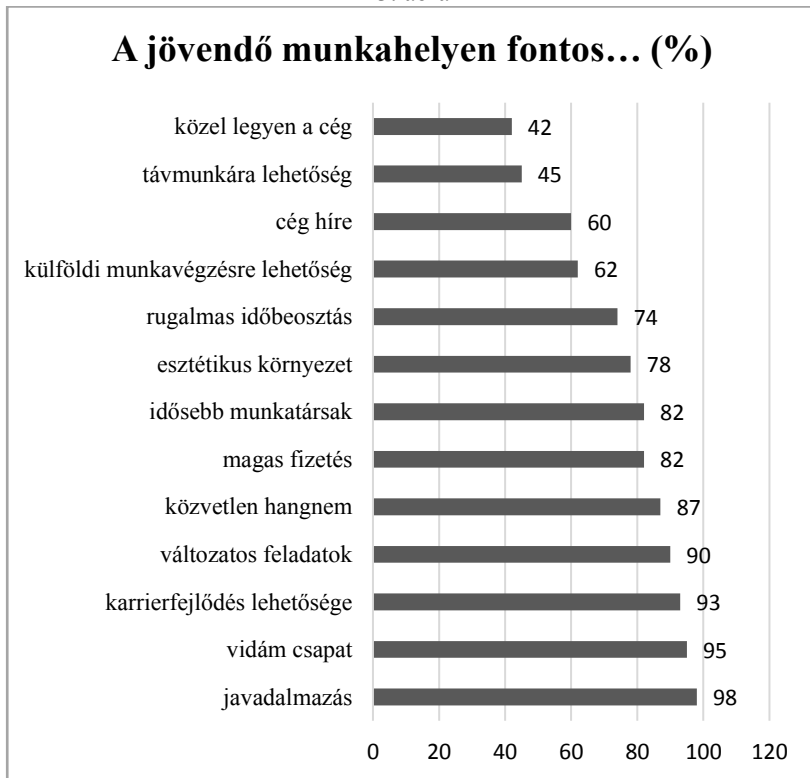


forrás: saját szerkesztés

A hallgatók munkahellyel kapcsolatos preferenciái közül első helyen a javadalmazás (98%), a vidám csapat (95%) és a karrier lehetősége (93%) szerepel. Az itt kirajzolódó munka-értékrend nagyjából megegyezik azzal, amit a Z generáció általános vonásainak ismeretében várható volt: előkelő helyre került a karrierfejlődés és a feladatok változatossága, valamint a javadalmazás. Ugyanakkor a külföldi munkavégzés lehetősége

és a rugalmas időbeosztás, mint motiváló tényezők nem jelentek meg olyan erőteljesen (3. ábra).

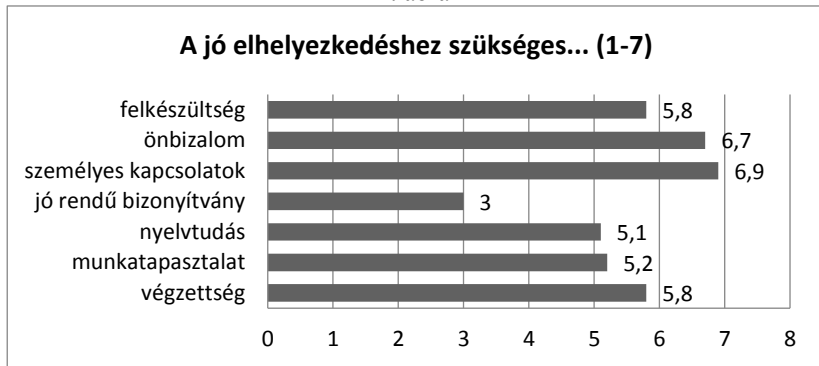
3. ábra



forrás: saját szerkesztés

A következő kérdés az vizsgálta, hogy egy 7-es Likert skála alapján melyek azok a faktorok, amelyek a jó elhelyezkedés feltételei (4. ábra) a hallgatók szerint. Ezen eredmények tükrözik azokat a trendeket, amelyeket a karrier tekintetében napjainkban leggyakrabban hallani lehet, kiváltképp az első helyre került személyes kapcsolatok vonatkozásában. Másrészt pedig itt is megnyilvánulnak a generáció jellemzői: a válaszadók attitűdjében az önbizalom fontossága megelőzi a szakmai felkészültség jelentőségét.

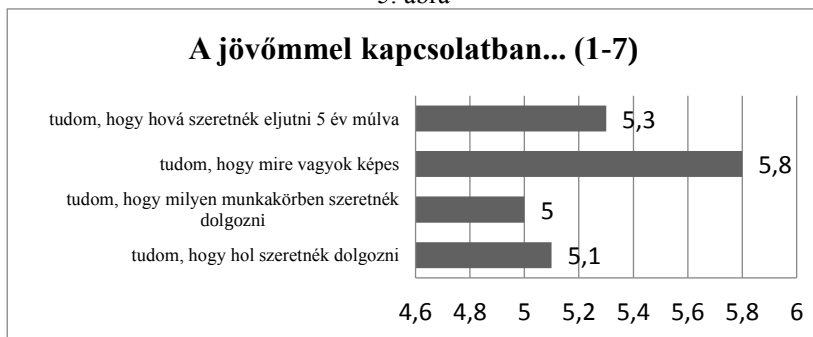
4. ábra



forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek jövőbeli munkahelyével kapcsolatos gondolatait elemzi a következő kérdés (5. ábra) egy 7-es Likert skála alapján. A kapott válaszok tükrében jól szemléltethető a Z generáció önképével kapcsolatos jellemzők: gyakran a reálisnál is nagyobb önbizalommal rendelkeznek („tudom, hogy mire vagyok képes”), viszont ez nem egy valós, átdolgozott, önismereti munkára alapuló énkép nyomán alakul ki. A válaszadók jövőképe sokkal kevésbé stabil, mint az önbizalma: kevesebbet tudnak arról, hogy hol, milyen munkakörben szeretnének dolgozni (átlag 5-ös érték) és hová szeretnének eljutni öt éven belül (átlag, 5,3-as érték).

5. ábra



forrás: saját szerkesztés

A munkahelyen elképzelt beosztást figyelembe véve, a hallgatók legnagyobb részt a felsővezető választ jelölték be (46%), de az egyharmaduk is (29%) már pályakezdőként középvezetői beosztásba vágnak, és csupán 25%, éri be beosztotti státusszal (6. ábra). Ez a jövőkép nem felel meg a magyar munkaerőpiaci valóságnak.

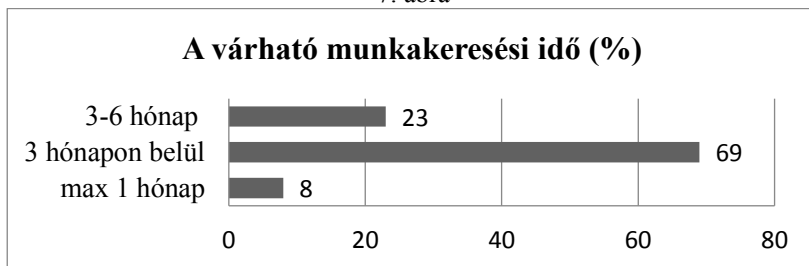
6. ábra



forrás: saját szerkesztés

A megkérdezett hallgatók igen optimisták a munkakeresés időtartamát tekintve is. Döntő többségük (69%) maximum 3 hónapos munkakeresési időt képzel el, a reálisan gondolkodók aránya mindössze 23%, és a megkérdezettek 8%-a túlzottan optimista, amikor azt gondolja, hogy 1 hónap alatt talál munkát (7. ábra).

7. ábra

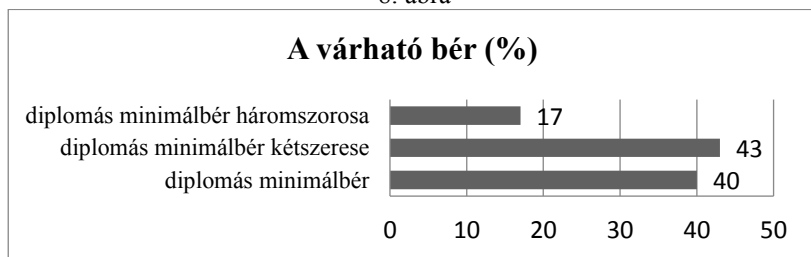


forrás: saját szerkesztés

Ami a hallgatók fizetési igényeit illeti, itt is a generációra jellemző ambiciózus vonások érhetők tetten: a megkérdezett hallgatók több mint fele (összesen 60%-uk) jelölte meg, hogy a

diplomás minimálbér két- vagy háromszorosát fogja az elhelyezkedése utáni első munkahelyén keresni, és 40%-uk látja reálisan a helyzetet (8. ábra).

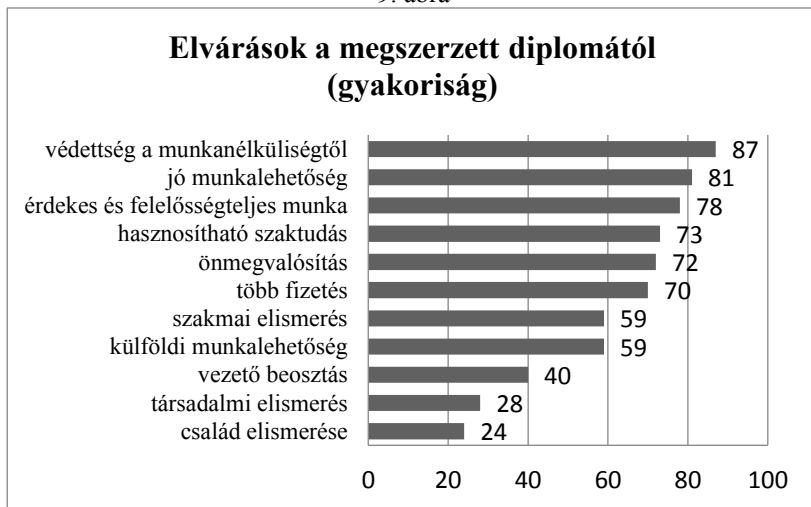
8. ábra



forrás: saját szerkesztés

A 9. diagram azt a rangsort mutatja, hogy a válaszadók elvárásaikban mit remélnék a diploma megszerzésétől. Az eredmények (több válasz megjelölése is lehetséges volt) azt mutatják, hogy a védettség a munkanélküliségtől fontos momentumává válik (87 esetben). Ezt követi a jó munkalehetőség (81) és az érdekes és felelősségteljes munka (78) fontosságának említése. A hasznosítható tudás (73), önmegvalósítás (72) és több fizetés (70) együttesen, kis eltéréssel a még fontos elvárásokhoz tartoznak. A rangsor alsó harmadában jelenik meg a szakmai elismerés (59) és a külföldi munkalehetőség (59). A legkevésbé fontos elvárások között szerepel a társadalmi (28), illetve a családi elismerés (24). Az elvárások tekintetében racionális rangsort kaptunk eredményül.

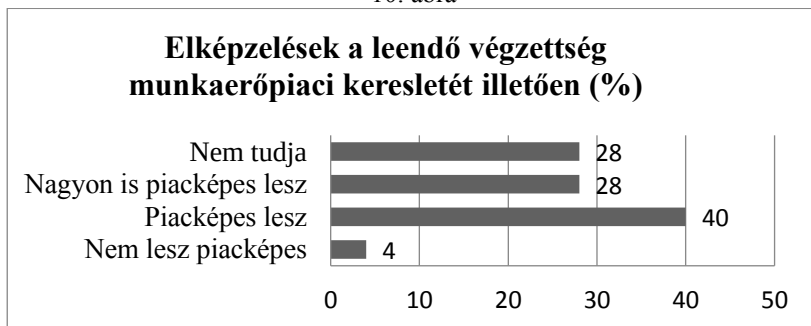
9. ábra



forrás: saját szerkesztés

A megkérdezettek jelentős része (40%) optimistán piacképesnek tekinti választott leendő végzettségét. Nagyon pozitív meggyőződéssel tekint jövőendő szakmájára vonatkozóan 28%, de ugyanekkora az aránya azoknak is, akik nem tudnak erre a kérdésre válaszolni. Ez tájékozatlanságra utal. A megkérdezettek 4%-a látja úgy, hogy végzettségük nem a piacképes kategóriájába tartozik. Többségük tehát felméri a pályaválasztási döntés meghozatalában a leendő végzettség munkaerőpiaci értékét, keresletét.

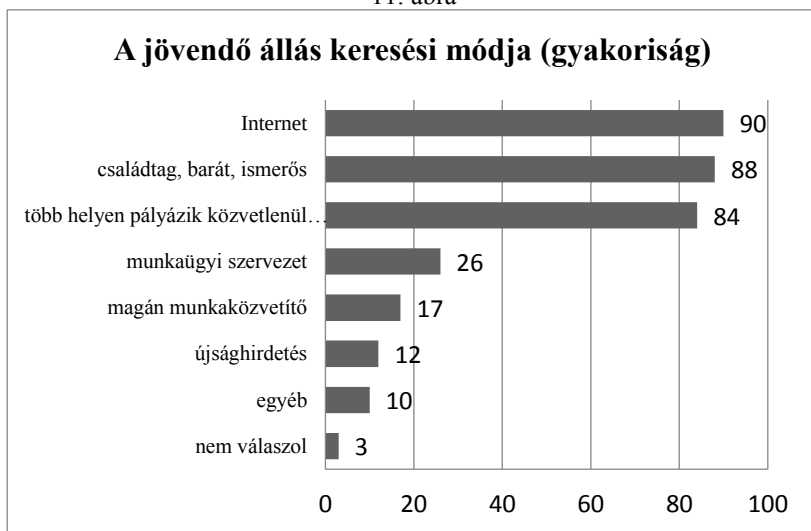
10. ábra



forrás: saját szerkesztés

Az álláskeresési csatornákat illetően a fiatal generáció az internetet (90) tekinti a fő információs forrásnak, majd a családtag, ismerős (88) segítségével valószínűleg került az élvonalba. Valamivel kisebb arányt mutat az az álláskeresési módszer, hogy egyszerre többféle csatornán, helyen közvetlenül pályázzanak (84). Munkaügyi szervezet (26), magán munkaközvetítő (17) cég, újsághirdetés (12) igénybevétele a jövőbeni munkahely keresésekor ritkán szerepel a lehetőségek között.

11. ábra



forrás: saját szerkesztés

Összefoglalás és következtetések

A vizsgált mintában beigazolódnak a Z generációra jellemző ambíciók (munka mellett tanulnának, a fővárosban és nagyvállalatnál szeretnének elhelyezkedni) és a reálisnál magasabbra tett elvárások (a munkakeresési idő hossza, a bérigény, vagy a vágyott pozíció). Ez utóbbi meglepő, hiszen munkaerőpiaci tájékozatlanságra is utal. A szintén generációs jellemzőként emlegetett külföldre vándorlás az átlagnál

alacsonyabb mértékben van jelen. Az álláskereséshez szükséges tényezők között az önbizalmat és a kapcsolatokat fontosabbnak ítélik a szakmai felkészültségnél, ugyanakkor nagyobb önbizalommal rendelkeznek, mint amennyire a szakmai jövőjükkel kapcsolatos elképzeléseik stabilak. Terveik, céljaik elvárásaik vannak, de a tudatosság nem egyértelműen jellemző. A jelenlegi munkaerőpiaci trendek ismeretében várhatóan hosszabb álláskeresői idő, több kudarc és kevésbé motiváló pályakezdés várja az érintett fiatalokat, mint amit elképzelnek maguk számára. A vizsgálat eredményei azt bizonyítják, hogy mivel a pályaválasztás, munkahelykeresés nem „megúszható”, elengedhetetlen feltétel önmaguk felkészítésén túl a munkaerőpiaci információgyűjtés és aktivitás. Így a vizsgálat alapfeltevése csak részben nyert megerősítést.

Már a középiskolában is helyet kellene szorítani a fiatalok tájékoztatására a munkaerőpiac állapotáról, arról, hogy bizonyos szakmák milyen mértékben telítettek, milyen kompetenciákat igényelnek. Nem az a cél, hogy a fiatalok részletesen megismerjék az aktuális munkaerőpiaci helyzetet, de rá kell vezetni őket, hogy tájékozódjanak regionális vagy országos szinten a hiányszakmákról, a túlképzés mértékéről, az elavult szakmákról, az új programokról. Így későbbi elhelyezkedésüknél hasznos és szükséges információkat nyerhetnek. Fel kell hívni a figyelmüket arra, hogy készüljenek fel a munkavállalásra, tájékozódjanak, mielőtt döntenek, és választásaik legyenek megalapozottak a cél sikeres elérése érdekében. Tudniuk kell, hogy napjainkban már elengedhetetlen az élethosszig tartó tanulás szemlélete és gyakorlata, valamint a dinamikusan változó munkaerőpiachoz való alkalmazkodás. A munkaerőpiaci tudatosság igénye számukra talán még fontosabb realitás lesz a közeljövőben, ezért fontos több útmutatót adni a Z generációt képviselőeknek.

A feltárt helyzet megerősíti a komplex pályaaorientációs szolgáltatások szükségességét, amelyek magában foglalják az önismeret erősítését, a pályaismeret fejlesztését és a munkaerőpiaci ismeretek megszerzésére való képessé tevést,

annak érdekében, hogy a Z generációba tartozó hallgatók önbizalma egy valós, reális önismeretre épüljön, álláskeresési terveik és jövőképük pedig az aktuális trendek és elvárások tükrében legyen felépítve. Mindezek megvalósításának hogyanját tekintve pedig érdemes a Z generáció folyamatos online és hálózati jelenlétéhez alkalmazott információkezelési technikákra alapozni azon az elven, hogy „ott” érjük el a szolgáltatásokkal a hallgatókat, ahol „vannak”.

Irodalomjegyzék

Csehné Papp I. (2015): A Z generáció munkaerőpiaci tudatossága, A Z generációval való együttműködés kihívásai az oktatásban és a munkaerőpiacon konferencia, Magyar Pszichológiai Társaság-SZIE, Gödöllő, 2015. március 13. http://tti.gtk.szie.hu/sites/default/files/upload/article/csehne_dr._papp_imola_eloadasa.pdf (letöltés ideje: 2016. február 17. 12.45)

Csehné Papp I., Molnár K. (2016): Vágyvezérelt munkakeresés vs. foglalkoztathatóság? A Z generáció munkaerő-piaci ismeretei, elképzelései és motivációi. XIX. Apáczai-napok. Tudományos Konferencia. Tanulmánykötet: Gondolkodási struktúrák és kreativitás. Győr, 2015.10.21-2015.10.22. Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar, pp. 29-37.

Csehné Papp I., Szabó K., L. Schwarczová, Hajós L. (2017): Ocakavania a predstavy „Z” generácie univerzitnych studentov od thru práce. (EXPECTATIONS AND VISIONS OF „Z“ GENERATION OF UNIVERSITY STUDENTS IN RELATION TO THE LABOUR MARKET). *Acta Oeconomica Universitatis Selye* 6: (1) pp. 23-38.

Ferincz A. – Szabó Zs. (2012): Z generáció hatása a munkáltató szervezetekre. *Munkaügyi Szemle*. 2012/8. sz. 88-93. p. ISSN 0541-3559

Ferincz A. – Szabó Zs. (2014): Z generáció a megváltozott munkakörnyezetben. – gazdálkodási és menedzsment hallgatók preferenciái. *Munkaügyi Szemle*. 2014/3. sz. 31-41. p. ISSN 0541-3559

Jones, C. - Ramanau, R. - Cross, S. – Healing, G. (2010): Net generation or Digital Natives: Is there a distinct new generation entering university? *Computers & Education* No. 54 pp. 722–732.

Kapil, Y. - Roy, A. (2014): Critical Evaluation of Generation Z at Workplaces. *International Journal of Social Relevance&Concern*. Volume 2. Issue1. pp.10-14.

Kissné András Klára (2014): Generációk, munkaerőpiac és a motiváció kérdései a 21. században, <http://www.ohe.hu/hrmagazin/cikkek/generaciok-munkaeropiac-es-a-motivacio-kerdesei-a-21-szazadban> (letöltés ideje: 2015. március 7. 12.40)

Martin, J. – Schmidt, C. (2010): How to Keep Your Top Talent, *Harvard Business Review*, Vol. 88, No. 5, pp.54-61.

McCrindle, Marc - Wolfinger, Emily (2010). Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása http://korunk.org/letoltlapok/Z_RKorunk2010november.pdf (letöltés ideje: 2015. március 6. 10.54)

Mészáros Aranka, Kollár Péter: (2016) Különböző generációk munkaérték vizsgálata In: BKIK GSZT (szerk.) Megújulás és fenntarthatóság Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara, pp. 70-80. (ISBN:978-963-89734-3-6)

Mészáros Aranka(2017) A Te életed, te felelsz érte! In: Lakatosné Szuhai Györgyi , Poór József (szerk.) Tudatos életvezetés - Projektszemlélet a magánéletben . 629 p. Győr: Publio Kiadó, 2017. pp. 175-200. (ISBN:9789634432944)

Ozkana, M. – Solmaz, B. (2015): The Changing Face Of The Employees- Generation Z And Their Perceptions Of Work. *Procedia Economics and Finance* No. 26. pp. 476 – 483.

Singh, A. (2014): Challenges and Issues of Generation Z. *IOSR Journal of Business and Management*. Volume 16. Issue 7. Ver. I p. 59.

Tabscott, J. (2009): Grown up digital: how the net generation is changing your world. McGraw-Hill Profes-sional. New York. pp. 288. ISBN 978-0-07-164155-5

Tari, A. (2010): Az Y és mögötte a Z generáció.
http://www.budapestedu.hu/data/cms47443/okopannon_tari.pdf
(letöltés ideje: 2015. március 6.10.45)

A HACKMAN-OLDHAM-FÉLE MUNKAKÖRI KÖZPONTI DIMENZIÓK MEGÍTÉLÉSÉBEN MEGJELENŐ GENERÁCIÓS KÜLÖNBÖZŐSÉGEK

Mészáros Aranka – Kollár Péter

Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar,
Társadalomtudományi és Tanárképző Intézet
kollar.peter@gtk.szie.hu; meszaros.aranka@gtk.szie.hu

Absztrakt

Nagy feladatot jelent napjainkban a cégek számára, hogy a változó feltételekre rugalmasan és gyorsan reagáljanak. A technológia fejlődése, az innovatív eljárások és a globalizációs folyamatok a munkavállalókra is nagy hatással vannak, kihívásnak tekinthető az is, hogy különböző - más-más értékrendekkel, elvárásokkal rendelkező - generációk dolgoznak együtt a munkahelyeken. Fontos, hogy a munkaadók tudják azt, hogy mik azok a tényezők, melyekkel az egyes generációk jobban motiválhatóak, meg kell érteniük a munkaerő piaci szereplőknek egymást ahhoz, hogy a különböző generációk együttműködését eredményesebbé tudják tenni. A generációs eltérések értékrendbeli és kommunikációs feszültségeket is magukban hordozhatnak, melyek megoldására figyelmet kell fordítani, ebben segíthet kutatási eredményeink ismerete.

Kulcsszavak: generációk, munkaköri motivációs potenciál, autonómia, visszajelzés

Bevezetés

A szervezetek számára a humán tőke egyre nagyobb szerepet játszik a piaci értékük meghatározásában, a folyamatos képzés-fejlesztés, a lifelong learning szemlélet lassan beépül a mindennapjaikba. A különböző generációk munkahelyi viselkedésének vizsgálata már több évtizeddel ezelőtt elkezdődött, Kissné generációs munkaerő motivációval

foglalkozó kutatási összefoglalót bemutató értekezése (Kissné, 2013) 1971-től eredezteti az amerikai Yankelovich cég munkatársai által elkezdett generációs vizsgálatokat. Az új generációk munkaerőpiaci megjelenésének problémáit taglalja több friss magyarországi kutatás (Budavári-Takács – Csehné - Jekkel, 2015; Csehné-Varga-Szabó-Szira-Hajós, 2017), a témakör nagyon fontos a fiatalok cégeknél történő elhelyezkedése és megtartásuk szempontjából is.

A Hackman-Oldham-féle munkaköri motivációs potenciál modell

Vizsgálatunkhoz a Hackman-Oldham-féle modellt vettük alapul, mivel az elmúlt években a generációkra vonatkozó kutatások közül több a fenti szerzőpáros által leírt különböző munkaköri dimenziókra hívta fel a figyelmet, pl. Gubik-Farkas (2013) a Z generáció megnövekedett önállóság igényére, Shaffer (2015) ezen generáció visszajelzés és szabadságigényére, Kissné (2013) pedig a generációk eltérő motivációs lehetőségeire utaltak kutatásaikban.

Kutatásunk előzményének tekinthető Jekkel (2014) TDK dolgozata és Mészáros 2016-ban a Magyar Pszichológiai Társaság Nagygyűlésén elhangzott előadása is

A két szerző 1980-as modelljükben öt munkaköri dimenziót mutat be, melyek három pszichológiai állapot kialakulásához vezetnek és meghatározzák a munkaköri motivációs potenciált (belső motivációt, az elégedettséget és a hatékony munkavégzést).

A szerzőpáros az öt munkaköri jellemzőt a következőképpen definiálja: (Hackman-Oldham 1980)

1. A munka elvégzéséhez szükséges *készségek/ képességek változatossága*: a munkakör mennyire kívánja meg a dolgozó különböző képességeinek, készségeinek aktivizálását.
2. *A feladatok egészlegessége és azonosíthatósága*: annak mértéke, hogy a munka mennyire fog át egy teljes folyamatot a kezdetektől a jól látható végeredményekig

3. *A feladatok jelentősége, fontossága:* mennyire érzi úgy valaki, hogy a munkahelyi feladata nagy hatással van-e más emberek életére
4. *Autonómia, a feladatkörre jellemző önállóság:* a munka mennyire ad szabadságot, függetlenséget az egyén számára, az egyén saját maga belátása szerint teljesítheti-e a rá bízott feladatokat.
5. *Visszajelzés:* a dolgozó mennyire kap tiszta és világos információt a teljesítményéről

A modell szerint egy dolgozó motiváltságának mértékét az alábbi képlettel lehet kiszámolni:

Munkaköri Motivációs Potenciál (MMP) = (különböző készségek változatossága + feladat egészséges jellege + feladat jelentősége) / 3 * autonómia * visszajelzés. (Fataurochmann 1997)

Mint látható, a munkakörben élvezett autonómia és visszajelzés befolyásolja a legnagyobb mértékben az MMP-t, mivel ez a két érték szorzattal jelenik meg a képletben, így ha a különböző generációknál eltérés lesz ezen két értékben, a generációkkal való bánásmódban ezt sokkal nagyobb mértékben kell majd figyelembe venni

Saját kutatásunk bemutatása

Kutatásunk célja annak vizsgálata, hogy mennyire tartják fontosnak általában napjainkban a munkavállalók az 5 munkaköri dimenziót és milyen különbségek vannak a munkahelyeken már jelenlévő Baby boom és X, valamint a jövőben egyre nagyobb létszámban megjelenő Y és Z generációk munkahelyi motivációs potenciált meghatározó tényezőinek alakulásában.

Vizsgálati módszer

Vizsgálatunkban online kérdőíves módszert alkalmaztunk, mely összesen 15 állításból állt (munkaköri dimenzióként 3-3 állítást fogalmaztunk meg: ezekből kettő pozitív, egy pedig negatív - fordított állítás- volt), ezekre 1-től 5-ig terjedő Likert skálán kértük a válaszokat.

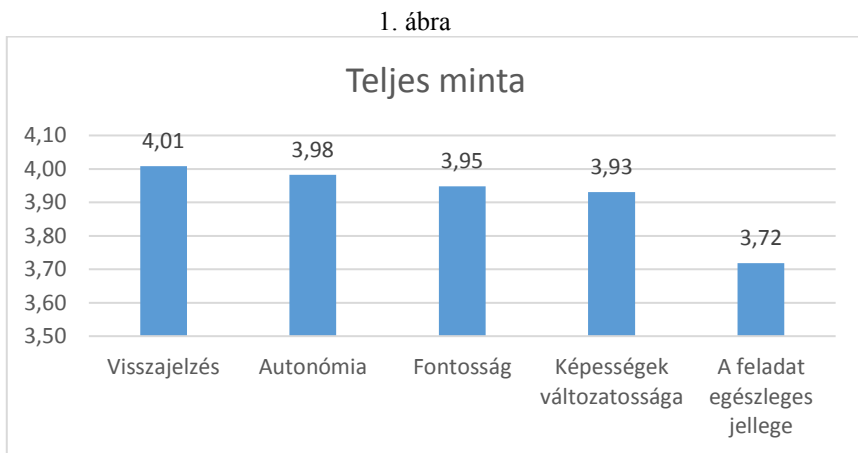
Minta

A válaszok feltérképezéséhez összesen 2255 fő különböző életkorú vizsgálati személyt értünk el saját kérdéssorunkkal, közülük 27% a Baby boom, 28% az X, 29% az Y és 16% a Z generációhoz tartozott.

Eredmények

Áttekintve a *teljes mintára* vonatkozó eredményeket, megállapítható, hogy a minta tagjai válaszaikban általában 3,5 feletti átlagértékeket adtak, (4.01, 3.98, 3.95, 3.93, 3.72) tehát mindegyik nagyra értékelte az MMP egyes dimenzióit, a nagyon fontos és fontos válasz lehetőségek szerepeltek a válaszok több, mint felében (63%).

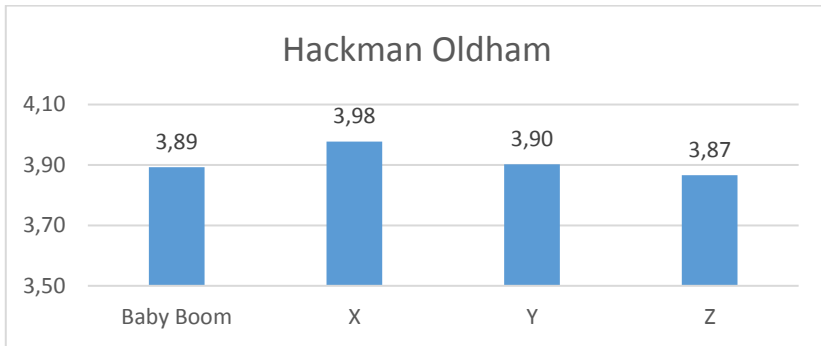
A rangsorban első helyen a visszajelzés szerepelt, második helyre az autonómia , míg harmadik helyre a munka fontossága került. (1.ábra)



forrás: saját szerkesztés

Válaszok átlaga generációnként

2. ábra



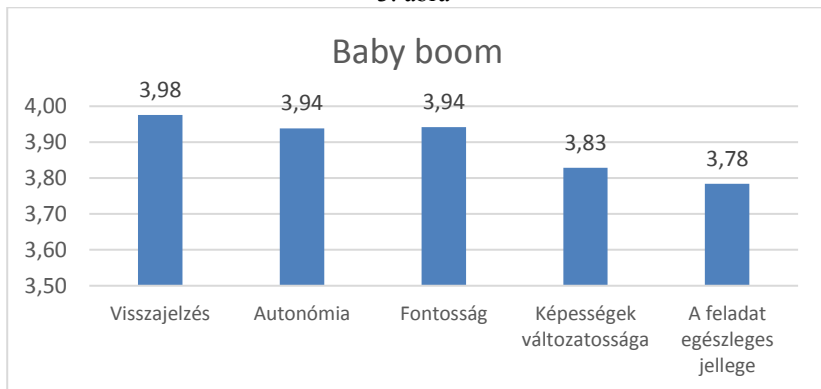
forrás: saját szerkesztés

Válaszaik során általában (2. ábra) a legmagasabb értékeket (3.98) az *X generáció* adta, a többi generáció válasza egy tizeddel kisebb átlagot értek el, a legalacsonyabb a *Z generáció* válaszainak értéke volt (3.87).

Az egyes munkaköri dimenziók értékei generációnként

Baby boom generáció

3. ábra



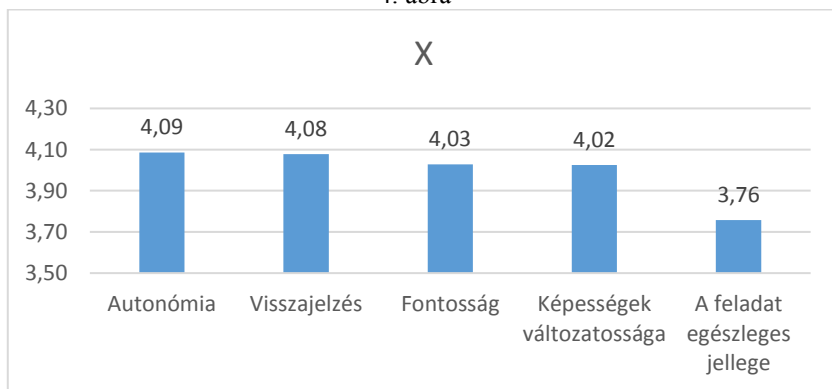
forrás: saját szerkesztés

A kapott válaszok alapján a Baby boom generációs válaszadók válaszai az általános tendenciákhoz hasonlóak: az MMP-t meghatározó tényezők közül a legnagyobb igényük a visszajelzésre (3.98) van, tehát szeretnék tudni, hogy amit csinálnak, azt jól csinálják-e, hogyan tudnák még jobban csinálni. (3. ábra) A második és a harmadik helyen (az elsőhöz képest nagyon kis különbséggel) a munka fontossága és az önállóság végzett (3.94), ami a korábbi nagy hasonló nagyságú mintán történt vizsgálatokhoz képest már változást jelez (Jekkel 2015), az autonómia, önállóság fontosabbá vált ezen generáció számára is (két évvel ezelőtt még a 3. helyen állt, most a sorban a 2-3. helyre került), a negyedik több, mint egy tizeddel lemaradva a munka által megkívánt készségek, képességek változatossága (3,83), ezek után található 5. helyen a feladat egészszleges jellege. (3.78)

X generáció

Ezen generációnál nincs olyan nagy különbség a legmagasabb és legalacsonyabb értéket elérő 5 munkahelyi tényező között, mindössze 2 tized.

4. ábra

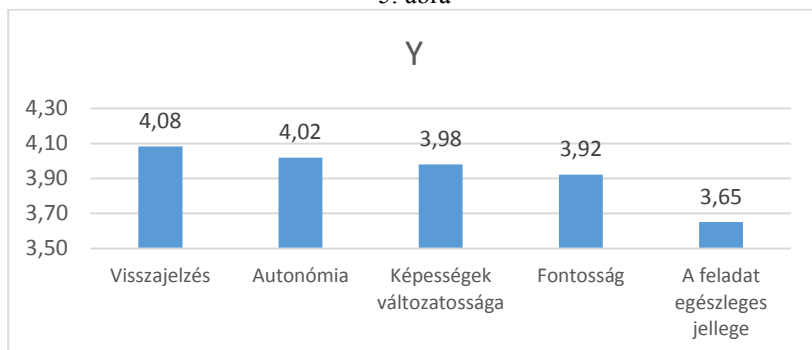


forrás: saját szerkesztés

Az *X generációs* válaszadók - a *Baby boomerektől eltérően* – az autonómiát (4,09) tették az első helyre a *Hackman – Oldham munkaköri dimenziói* közül. A második helyre az első szorosan követve a *visszajelzés* (4.08) került és a *munka fontossága* (4.03) lett a következő a rangsorban, tehát számukra a harmadik legfontosabb egy munka esetében, hogy az adott feladat mennyire van nagy hatással más emberek életére. Negyedik itt is a *készségek, képességek változatossága*, mely a munka fontosságát szorosan követi(4.02), s a feladat egészes jellege több, mint 3 tizeddel lemaradva az 5. helyre került(3.76). (4. ábra)

Y generáció

5. ábra

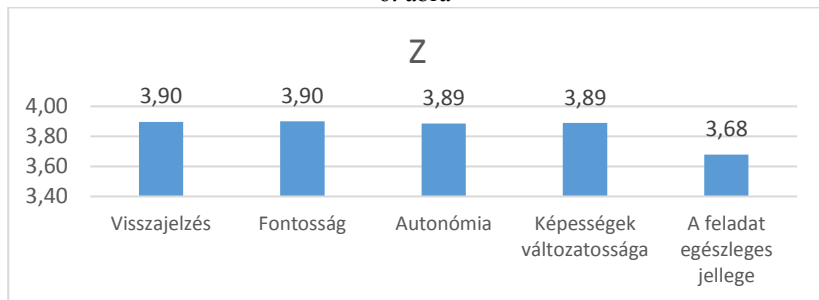


forrás: saját szerkesztés

Az *Y generáció* tagjainál (5. ábra) a teljes mintához hasonlóan a visszajelzés kapta a legmagasabb értékeket (4.08), az 1980 és 94 között születettek azt tartották a legfontosabb az öt dimenzió közül, hogy mennyire kapnak információkat a teljesítményükről. A második helyre az autonómia (4.02) került, harmadik pedig a képességek/készségek (3,98) változatossága lett. A munka jelentősége, fontossága 3.92-es értékkel a 4. helyen végzett, a feladat egészes jellege pedig 0.27 ponttal lemaradva a legalacsonyabb értékkel(3.65) az ötödik.

Z generáció

6. ábra

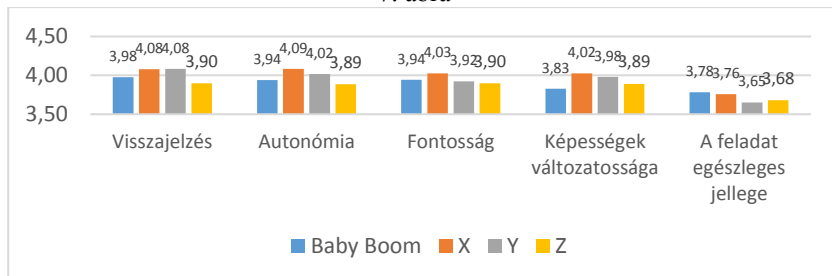


forrás: saját szerkesztés

A Z generációnál meglepő módon a visszajelzés és a feladat fontossága holtversenyben kapta a legmagasabb értékeket (3,9), érdekes momentum, hogy a feladat fontosságát ez a generáció priorizálta a leginkább, tehát nekik a legfontosabb, hogy olyan feladatot tudjanak végezni, aminek értelme, másokra ráhatása van. Harmadik-negyedikként – egy-egy tizeddel lemaradva - az autonómia és a készségek/képességek változatossága követi (3,89) szorosan az első kettőt (3.89), míg az ötödik itt is a feladat egésze jellege lett, több, mint 3 tizeddel lemaradva (6. ábra).

Az egyes munkaköri dimenziók állításainak megítélése generációnként összehasonlítva

7. ábra



forrás: saját szerkesztés

A válaszokat generációnként és munkaköri dimenzióként (7. ábra) megvizsgálva megerősítést nyert, hogy általában a legmagasabb értékeket az X generáció adta, kivéve a feladat egészes jellegére vonatkozó állításokat, (itt a Baby boom generáció eredménye lett 2 századdal magasabb:3.78) illetve a visszajelzésre vonatkozóan az X és az Y generációnál is 4.08 a három kérdésre adott össz átlag. A Z generáció válaszadási jellegzetessége (miszerint az ő átlagaik a legalacsonyabbak) itt is egyértelmű a feladat egészes jellegére vonatkozó állításokat kivéve, itt a legfiatalabbak az Y generációnál elfogadóbbak voltak.

Érdekes tendencia, amit a fenti ábrán látunk, miszerint a Baby boom generáció értékeitől eltérőek az X generáció válaszai, ez az eltérés az Y generáció esetében folytatódik, ugyanakkor a Z generáció eredményei közelednek a Baby boomosok értékeihez. Az ötből négy esetben ez egy harang alakú görbét eredményez (Visszajelzés, autonómia, képességek változatossága és a feladat fontossága), míg a feladat egészes jellegénél egy U alakú görbén jelentkezik ez a tendencia.

A továbbiakban variancia analízissel megvizsgáltuk, hogy a generációkhoz való hovatartrtozás statisztikailag is igazolhatóan befolyásolja-e az egyes diemnziók értékeit. Az elemzés előtt vizsgáltuk a normalitást, valamint a szóráshomogenitást. Az eredmények alapján megállapíthatjuk, hogy mindegyik dimenzió esetében szignifikáns különbség mutatkozik a kategóriaátlagok vonatkozásában. (visszajelzés: $F=8,401$; $df=3$; $p=0,000$) (autonómia: $F=8,560$; $df=3$; $p=0,000$) (fontosság: $F=4,484$; $df=3$; $p=0,004$) (képességek változatossága: $F=8,794$; $df=3$; $p=0,000$) (feladat egészes jellege: $F=4,253$; $df=3$; $p=0,005$) Következésképpen feltételezhetjük, hogy a generációkhoz való hovatartrtozás befolyásolja a válaszadók preferenciáit.

Következtetések, javaslatok

Kutatásunkban megvizsgáltuk a Hackman-Oldham szerzőpáros által a munkaköri motivációs potenciált befolyásoló munkaköri jellemzőket, egy 5 fokú skálán az 5-ből négy 3.90 fölötti értéket kapott, ezek alapján azt a következtetést vonjuk le, hogy bár ez a modell napjaink menedzserképzésében nem szerepel, a hr-esek és a vezetők számára mindenképpen fontos tanulság, hogy érdemes figyelni arra, hogy kapjanak visszajelzést a munkatársak, hogy meg legyen az autonómia érzésük és a munkájukat fontosnak tarthassák, valamint úgy érezzék, hogy sokféle egyéni képességükre szükségük van a munkakörük betöltése során.

A megoldás néha egyszerű: egy-egy vezetői beszélgetéssel feltárható, hogy mire van szüksége a beosztottnak a saját autonómia érzésének a kialakításához, vagy ahhoz, hogy mikor tudja a saját munkáját fontosnak tartani, vagy éppen milyen visszajelzésre lenne szüksége, kitől, milyen gyakorisággal és milyen formában. Ennek fontossága, a visszajelzések konstruktív adásának, fogadásának mikéntje sajnos még nem alapvető a vezetők számára, ugyanakkor ez e készség fejleszthető, érdemes rá időt áldozni a munkahelyi képzések során.

Ami még mindenképpen érdemes kiemelnünk: a különböző generációknak mást jelentenek ezek a munkaköri dimenziók (pl. míg egy Baby boom generációnak az autonómia egyszerűen jelenheti azt, hogy van egy külön szekrényrésze, ahol tarthatja a személyes dolgait, vagy az ebédidőre akkor megy el, amikor ő akar, az Y generációnak már arra van igénye, hogy ő dönthesse el, hogy hol végzi munkáját) ezért érdemes egyénileg feltárni a lehetőségeket, s utána munkörgazdagítással fokozni a motivációt.

Bár a cégvezetőknek még nehezen elfogadható, ugyanakkor a cégkultúrát pl. érdemes úgy alakítani, hogy ameddig a dolgozók rendben végzik munkájukat, a határidőket betartják, a projektek elérik céljukat, a meetingeken a kollegák megjelennek, addig legyen lehetőségük a cégen belül és kívül töltött idejük

beosztásával. Ha megoldható, lehetőséget kell biztosítani a „home-office-ra”, vagyis arra, hogy heti néhány napot otthonról dolgozhassanak.” (Tari 2015)

Érdemes elfogadnunk Csíkszentmihályi ajánlását is (Csíkszentmihályi 1991: a cselekvés legnagyobb motivációja a cselekvésben rejlő élvezet maga, (amikor olyan feltételeket tudunk teremteni a dolgozók számára, mely során érdeklődésből, kedvvel csinálja a munkáját,) ez önmagában is egyfajta jutalmazás, úgy érzi, ő a saját cselekvésének elindítója, ez fokozza az autonómiát, mely a visszajelzés mellett a legnagyobb pontértéket kapta vizsgálatunkban.

A különböző generációkkal való együttműködés során a generációs szinergia kialakítása érdekében a fiatal generációkban érdemes tudatosítani azt is, hogy a saját életük alakulásáért, a munkahelyi viszonyok, munkakör alakításáért ők is felelősek, s a közös jó eredmények elérése érdekében az idősebbekkel való együttműködés rajtuk is múlik, legyenek proaktívak, tegyenek magukért, a minél jobb munkahelyi kapcsolatok és teljesítmények feltételeinek kialakításáért, minél kisebb mértékben legyen náluk érezhető a szimpla reaktivitás. (Mészáros 2017)

Irodalomjegyzék

Budavári-Takács I.; Csehné Papp I.; Jekkel O. (2015): Karrier építési tudatosság vizsgálata fiatal felnőttek körében, in: Innováció – növekedés – fenntarthatóság, budapesti kereskedelmi és iparkamara, Budapest, szerk. Csehné Papp I., Budavári-Takács I., Mészáros A., Iliás A., Poór J. pp. 44-49.

Csehné Papp I., Varga E., Szabó K., Szira Z., Hajós L. (2017): The appearance of a new generation on the labour market. Annals of faculty of engineering hunedoara - international journal of engineering 15:(1) pp. 123-130.

Csíkszentmihályi M. (1991) Flow, az áramlat, Akadémiai Kiadó
Faturochman (1997): The job characteristics theory reiview in: Buletin psikologi tahun v, pp- 24-32

- Ferencz A., Szabó Zs. R. (2012): Z generáció hatása a munkáltató szervezetekre. Munkaügyi szemle. 2012. év, 56. évfolyam, 2. szám, 88 – 92. oldal
- Hackman, J. R. & Oldham, G. R. (1980). Work redesign,(Addison-Wesley, Reading, Ma).
- Jekkel D. (2015): Különböző generációk munkaérték és munkaköri motivációs potenciál vizsgálata. Gazdaság – és Társadalomtudomány Kar, Szent István Egyetem, Gödöllő
- Kissné András K. (2013): A Magyar Honvédség hivatásos és szerződéses állományának, valamint a versenyszféra motiváltságának összehasonlító elemzése, Doktori (Phd) értekezés, Nemzeti Közszolgálati Egyetem, Hadtudományi Doktori Iskola, Budapest, 166 p.
- Gubik A. –Farkas Sz. : (2013) A karriermotívumok változásának hatásai a magyarországi hallgatók vállalkozásindítási elképzeléseinek alakulására Vezetéstudomány / Budapest Management Review. 2016, Vol. 47 Issue 3, p46-57. 11p.
- Mészáros Aranka(2016): Munkaérték és munkaköri motivációs potenciál vizsgálata különböző generációknál In: Vargha András (szerk.) Múlt és jelen összeér: A Magyar Pszichológiai Társaság xxv. Jubileumi Országos Tudományos Nagygyűlése Kivonatkiötet. 418 p.konferencia helye, ideje: budapest, Magyarország, 2016.06.02-2016.06.04. Budapest: Magyar Pszichológiai Társaság, 2016. pp. 60-&.(ISBN:978-615-80241-2-9)
- Mészáros Aranka (2017): A Te életed, te felelsz érte!, In:Lakatosné Szuhai Györgyi, Poór József (szerk.), Tudatos életvezetés, projektszemlélet a magánéletben, Budapest: Rublió Kiadó Pp.175-200
- Shaffer B. (2015) Legifjabb titánok, vezetőknek a Z generációs munkavállalókról, Book Kiadó
- Tari A. (2015) # yz Generációk online, klinikai pszichológiai és társadalomlélektani szempontok az Információs Korban, Tericum Kiadó

SUPER-FÉLE MUNKAÉRTÉKEK VIZSGÁLATA A MUNKAERŐPIACON FONTOS SZEREPET JÁTSZÓ NÉGY KÜLÖNBÖZŐ GENERÁCIÓ ESETÉBEN

Kollár Péter – Mészáros Aranka

Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar,
Társadalomtudományi és Tanárképző Intézet
kollar.peter@gtk.szie.hu; meszaros.aranka@gtk.szie.hu

Absztrakt

A különböző generációkra jellemző attitűdök, szükségletek, vonások egyre nagyobb kihívást jelentenek a munkáltatók számára a munkavállalók ösztönzése és egyedi igényeinek kielégítése végett. A tanulmány arra próbál választ keresni, hogy a Baby boom, az X, az Y és a Z generáció a munkaértékeket tekintve, milyen preferenciákkal rendelkezik. A kérdés vizsgálata a Super-féle munkaérték kérdőív alkalmazásával történt. A kérdőívet összesen 2255 válaszadó töltötte ki. Az adatokat leíró és következtetési statisztikai módszerek mentén mutatják be a szerzők.

Kulcsszavak: generáció, Super, munkaérték, preferencia, elemzés

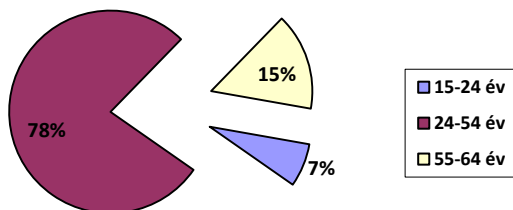
Bevezetés

Munkáltatói oldalról vizsgálva egyre nagyobb kihívást jelent korunk szervezeti számára a különböző generációk igényeit figyelembe vevő humán alrendszerrendszerek kialakítása. A szocializációs folyamatokra visszavezethető generációs különbségek kommunikációs nehézségeket és konfliktusokat is eredményezhetnek. (Jankovics, 2015; Shaffer, 2015) Kissné 2014-es Baby boom, X és Y generáció körében végzett motivációs kutatása szerint a fiatalok számára szignifikánsan fontosabb a kellemes munkakörnyezet és a képzési lehetőségek, ugyanakkor a stabil munkahely számukra kevésbé fontos, mint az idősebb generáció számára. A Willis Towers Watson tanácsadó cég (2013) HR 2030 című előrejelzésében kiemeli,

hogy a jövőben a szervezetek számára az egyik legnagyobb kihívás az egyedei munkavállalói igények kielégítése lesz, mely leginkább a generációs sokszínűségekre vezethető vissza.

A hazai munkaerőpiaci helyzetről a korcsoportok függvényében statisztikai adatokat a KSH is szolgáltat. Jelentésük alapján a foglalkoztatottak létszáma 2017 első félévében a 15-64 éves korosztályban az alábbiak szerint alakult:

1. ábra: : Foglalkoztatottság korcsoportok szerint, 2017



Forrás: KSH, <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/fog/fog1706.html>

A jelentésből kiderül, hogy 2017. január-júliusi időszakban a munkaerőpiacnak egyelőre kevesebb, mint 10 százalékát tette ki a 15-24 éves korosztály. Létszámuk fokozatosan emelkedik az iskolai végzettség megszerzését és munkába lépésüket követően. Az 55-64 éves korosztály 15%-os részaránnyal bírt, a legnagyobb aránnyal a 24-54 éves korosztály jelenik meg a munkaerőpiacon részvételük közelít a 80%-hoz. Ez a korosztály főként az X és Y generációsokból áll.

Elmondható tehát az, hogy a munkáltatóknak jelenleg négy generáció igényeire kell figyelniük, akik eltérő társadalmi, szociális és gazdasági felelősségtudattal rendelkeznek, ezért fontos megismernünk, hogy milyen fő jellemzői vannak ezen generációknak.

A munkavállalók motivációiról az egyik legfontosabb információ a munkaérték, amely tulajdonképpen a

munkavállalók karrierdöntéseiben, így például a munkahelyválasztásaiban is tükröződik. (Csehné, 2011, Budavári-Takács, Suhajda, Visztenvelt, 2017)

Tanulmányunkban arra keressük a választ, hogy mely munkaértékeket preferálják jobban az egyes generációk, kimutathatóak-e statisztikailag is igazolható különbségek az egyes korcsoportok között?

Generációs sajátosságok a munkahelyi viselkedésben

A Bukaresti Egyetemen kutatást végeztek a Z generáció munkahelyi viselkedéséről. A tanulmányban azt vizsgálták, hogy milyen sajátosságok figyelhetők meg a szóban forgó generáció esetében. Kutatók szerint a Z generáció előtt még soha nem fordult elő, hogy egy fiatalabb generáció ennyire különbözzenek az idősebb generációktól (Iorgulescu, 2016). Singh (2014), szerint az Y és Z generáció igen hasonló képességekkel rendelkezik a legújabb technológiai ismereteket tekintve, bár a legfiatalabbak az eddigiektől nagyon eltérő elvárásokat fogalmaznak meg a munkáltatókkal szemben. Összehasonlítva az idősebb generációval (Y), akik életében a „multitasking” már egy ismert és használt kompetencia, a Z-k még több dolog elvégzésére lesznek képesek egy időben, miközben munkavégzésük hatékonysága is nagyobb lesz, mint idősebb társaiké. Hasonló eredményeket mutatnak a hazai kutatók által végzett tanulmányok is (Csehné, Molnár, 2016; Csehné, Szabó, Schwarczová, Hajós, 2017).

Az Adecco 2015-ös felmérése alapján a Z generációsok magabiztosak, optimisták jövőjüket illetően, vállalkozó szelleműek, kreatívak és innovatívak. Nem kedvelik a csapatmunkát és sokkal kevésbé van rájuk hatással a társadalom által felállított kötelezettségek sora, mint az idősebb generációkra. Kommunikációjuk igen fejletlen az idősebbekhez képest, rövidített nyelvezetet használnak a virtuális világban, a helyesírást szinte el sem sajátítják, a formális kommunikációt tréningek útján tanulják. Míg az Y generáció, amióta jelen van a munkaerőpiacon, azóta próbálja építeni munkahelyi

kapcsolatait a Baby boomer-ekkel és X-ekkel, addig a Z tagok ellenállnak a hierarchikus rendszereknek, nem fogadják el az alá-fölérendeltséget.

Egy másik tanulmányban (Kubátová, 2016) cseh fiatalok munkával kapcsolatos attitűdjeit vizsgálták. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a legfiatalabbak jobban szeretik a független, virtuális munkát „coworking centerekben”. A szerző kiemeli, hogy versenyfölénye azoknak a munkáltatóknak lesz a munkaerőpiacon, akik autonóm kereteket tudnak biztosítani a fiataloknak.

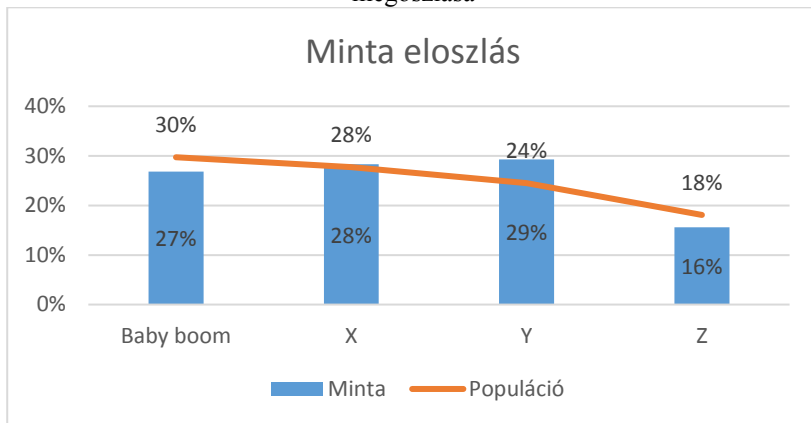
Anyag és módszer

Az adatgyűjtéshez egy 45 kérdésből álló online kérdőívet használtunk, melyben a Super-féle munkaérték kérdőív magyar adaptációjával feltérképeztük az egyes generációk munkaértékeit. A Super munkaérték kérdőív értékstruktúrái: szellemi ösztönzés, munkateljesítmény, önérvényesítés, anyagi ellenszolgáltatás, altruizmus, kreativitás, társas kapcsolatok, presztízs, irányítás, változatosság, esztétikum, függetlenség, felügyeleti viszonyok, fizikai környezet, munka biztonsága. Az általunk használt kérdőív a fenti 15 értékdimenzióba rendezett 45 megállapítással vizsgálja a munkához kapcsolódó értékstruktúrákat. Minden egyes értékdimenzióhoz 3-3 állítás tartozik. A válaszadóknak az egyes állításokat egy 1-5-ig terjedő skálán kellett értékelniük annak megfelelően, hogy milyen mértékben értenek egyet az állításokban megfogalmazottakkal. (Szilágyi 1987) Az egyes dimenziók fontosságának számítása szummatív módon történt. A kérdőív: <http://goo.gl/forms/0kPSS1YHtOayP4OA3> a hivatkozáson keresztül érhető el.

Az alkalmazott kérdőívet összesen 2255 fő töltötte ki. Az adatok gyűjtését hólabda technikával végeztük, majd az egyes generációk mintán belüli arányának előzetes vizsgálatát követően, kvótás mintavételezési eljárást folytattunk. Az 2 diagramon jól láthatjuk, hogy az egyes generációk mintán belüli eloszlása többé-kevésbé jól illeszkedik a populáción belüli

megoszláshoz. Ha összevetjük a generációk felvett mintán belüli arányát a kutatás szempontjából releváns populációval, akkor elmondhatjuk, hogy a Baby boom-hoz tartozók 3%-kal, a Z generációhoz tartozók 2%-kal alul, míg az Y generációhoz tartozók 5%-kal felülreprezentáltak. Az X generációhoz tartozó válaszadók aránya megegyezik a populáción belüli megoszlással. Az eredmények tükrében megállapíthatjuk, hogy a felvett minta eloszlása többé-kevésbé jól reprezentálja a populáción belüli eloszlást, ugyanakkor az adatgyűjtési eljárásból fakadóan a kapott eredményekből nem vonhatunk le általánosítható megállapításokat.

2. ábra: A vizsgált generációk mintán, valamint a populáción belüli megoszlása

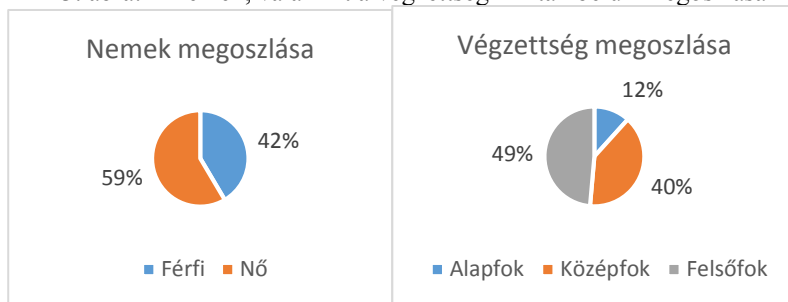


Forrás: saját adatgyűjtés és

<https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/orszag.html> felhasználásával

A mintát leíró további változók mentén (3. ábra) elmondhatjuk, hogy a válaszadók 59%-a nő és 42%-a férfi, 49%-uk felsőfokú, 40%-uk középfokú és 12%-uk alacsony fokú végzettséggel rendelkezik.

3. ábra: A nemek, valamint a végzettség mintán belüli megoszlása



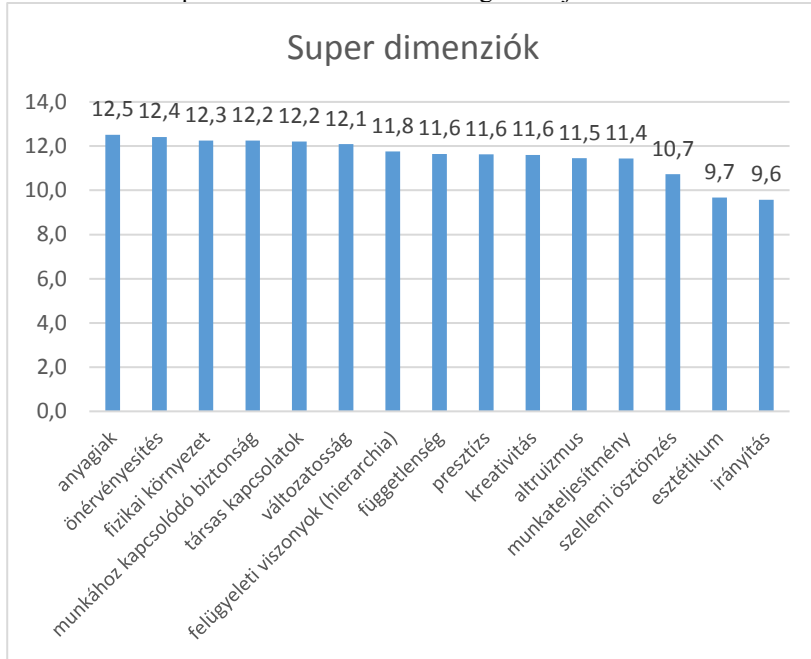
Forrás: saját adatgyűjtés

A kérdőívre adott válaszok beérkezése után statisztikai módszerekkel elemeztük a rendelkezésre álló adatokat. A feldolgozást MS Excel, valamint IBM SPSS Statistics programok segítségével végeztük. Az elemzés során leíró és következtető statisztikai módszereket használtunk, többek közt megoszlás és átlagszámítást, varianciaanalízist. Az összefüggések vizsgálatát varianciaanalízissel végeztük el. Az elemzés előtt megvizsgáltuk a szóráshomogenitást, valamint az eloszlás csúcsosságát és ferdeségét. Az eredmények alapján elmondhatjuk, hogy a minta alkalmas variancia analízisre.

Eredmények bemutatása

A 4. ábrán a Super-féle értékdimenziók esetében kapott *átlagértékeket* láthatjuk csökkenő sorrendben *a teljes mintára vonatkozóan*. Az eredmények alapján elmondhatjuk, hogy a válaszadók számára általában *legfontosabbak az anyagiak, az önérvényesítés, a fizikai környezet, a munkához kapcsolódó biztonság, a társas kapcsolatok, valamint a változatosság..* Az átlagértékek alapján a szellemi ösztönzés, esztétikum, irányítás került a fontossági sorrend végére.

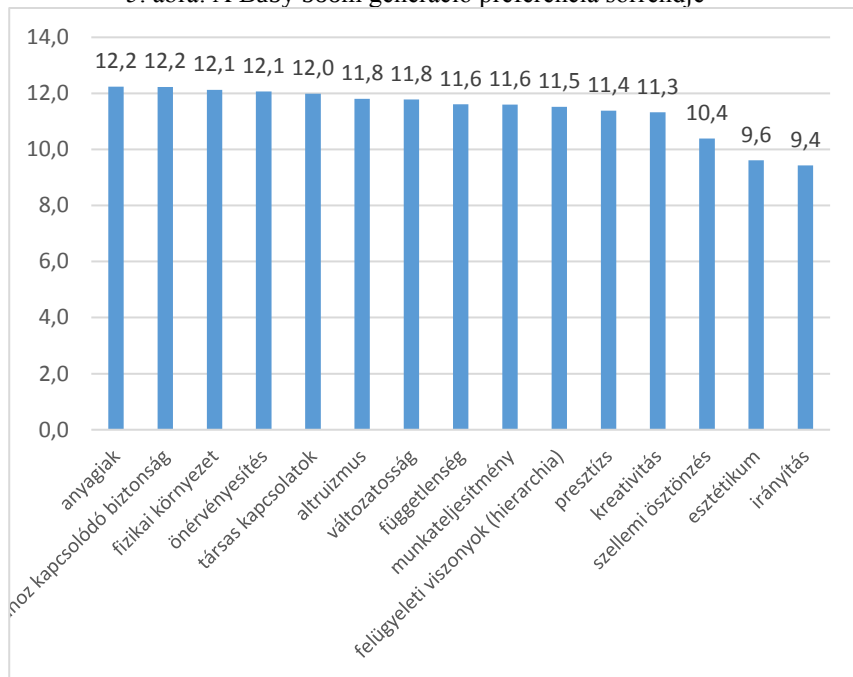
4. ábra: Super fële értékdimenziók átlagai a teljes minta esetében



Forrás: saját adatgyűjtés

A 5.ábrán a *Baby boom* generáció értéksorrendjét láthatjuk. A diagram alapján elmondhatjuk, hogy a vizsgált legidősebb generáció esetében azonos értékekkel, *első helyre* kerültek az anyagiak, valamint a munkához kapcsolódó *biztonság*. Ettől a két munkaértéktől csupán átlagosan egy tizeddel marad el a *fizikai környezet és az önérvényesítés*. Az ötödik helyen a társas kapcsolatok szerepel. A *Baby boom* generáció számára a legkevésbé fontos munkaérték a szellemi ösztönzés, az esztétikum és az irányítás.

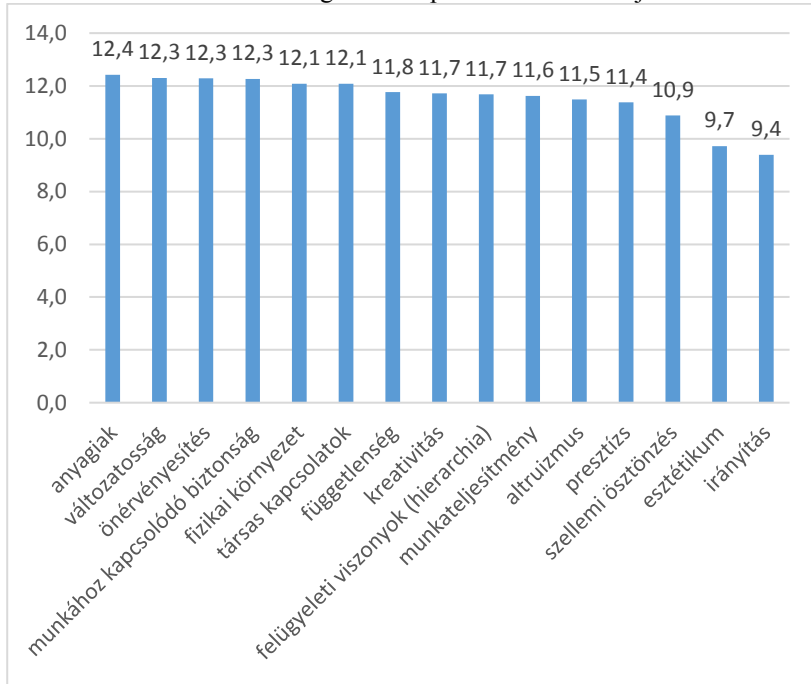
5. ábra: A Baby boom generáció preferencia sorrendje



Forrás: saját adatgyűjtés

Az 6. ábrán az *X generációra* vonatkozó munkaértékeket láthatjuk. Az 1965 és 1979 között született válaszadók esetében, hasonlóan a Baby boom generációhoz az *anyagiak az első helyre* került. Ezt követi azonos átlagértékkel, a Baby boom generációnál 7. helyen szereplő *változatosság*, az *önérvényesítés*, valamint a *munkához kapcsolódó biztonság*. 5. és 6. helyre, azonos értékkel a *fizikai környezet* és a *társas kapcsolatok* került. A Baby boom generációhoz hasonlóan az *X* válaszadók esetében is utolsó helyre került a *szellemi ösztönzés*, az *esztétikum* és az *irányítás*.

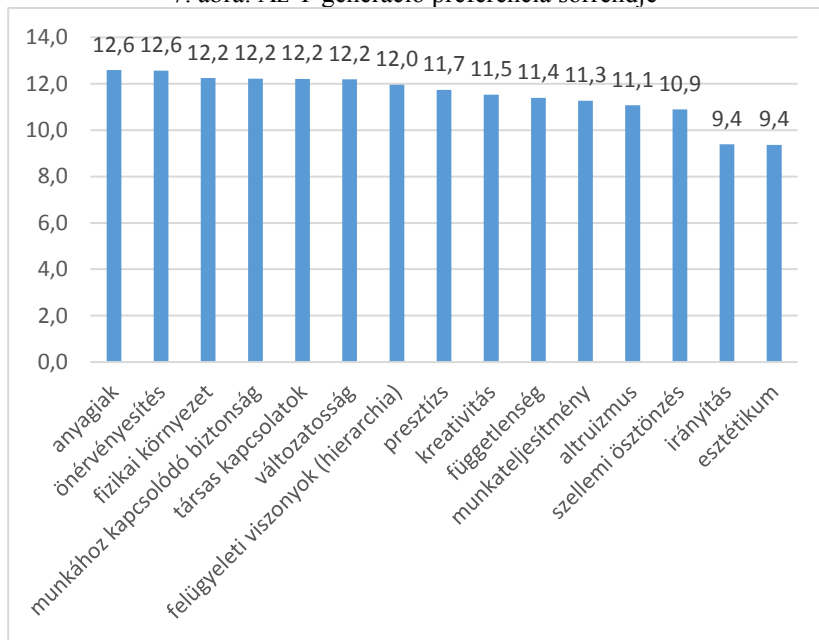
6. ábra: Az X generáció preferencia sorrendje



Forrás: saját adatgyűjtés

A 7. ábrán az *Y generáció* egyes értékdimenzióinak eredményeit tüntettük fel. A diagram alapján megállapíthatjuk, hogy a Baby boom és az X generációhoz hasonlóan az 1980 és 1995 között születettek számára is *az anyagiak a legfontosabb munkaérték*. A *második helyen*, azonos értékkel már- az előző generációknál 4, illetve 3. helyen szereplő *önérvényesítés* szerepel. A preferenciákat tekintve, az előzőekhez képest négy tizeddel marad el a fizikai környezet, a munkához kapcsolódó biztonság, a társas kapcsolatok és a változatosság. Érdekes megállapítás, hogy az utóbbi dimenziók azonos átlagértékkel szerepelnek a preferencia sorrenden belül. Utolsó helyekre, ahogyan az előző generációk esetében is, a szellemi ösztönzés, az esztétikum és az irányítás iránti igény került.

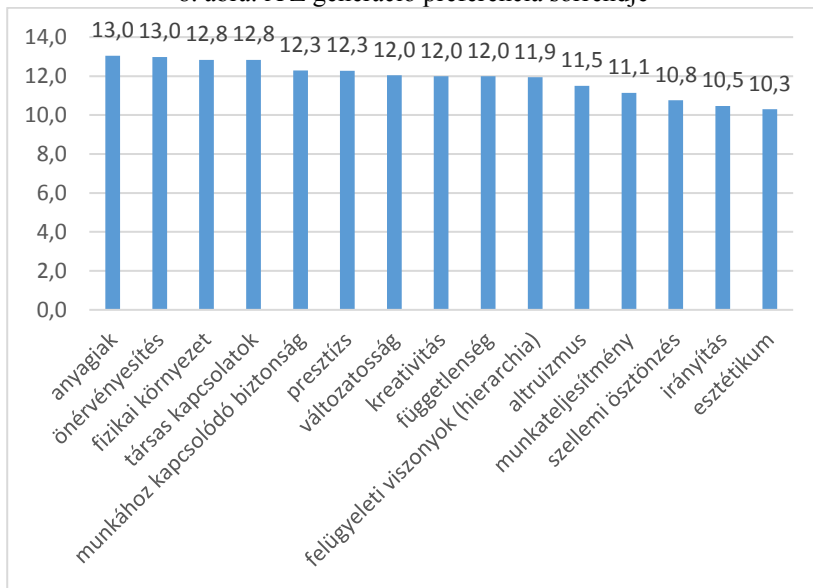
7. ábra: Az Y generáció preferencia sorrendje



Forrás: saját adatgyűjtés

A 8. ábrán a Z generáció esetében szemléltetjük Super-féle munka értékátlagait. A legfiatalabb válaszadók számára az *anyagiak* jelentik a *legfontosabb* értékeket. Ezt követi második helyen az Y generációhoz hasonlóan - az *önérvényesítés*, valamint a *fizikai környezet*, a *társas kapcsolat* és a *munkához kapcsolódó biztonság*. Ennél a generációnál is az utolsó helyre került, ugyanakkor magasabb értéket vett fel az irányítás, az esztétikum és a presztízs.

8. ábra: A Z generáció preferencia sorrendje



Forrás: saját adatgyűjtés

Munkaértékek alakulása az életkor függvényében

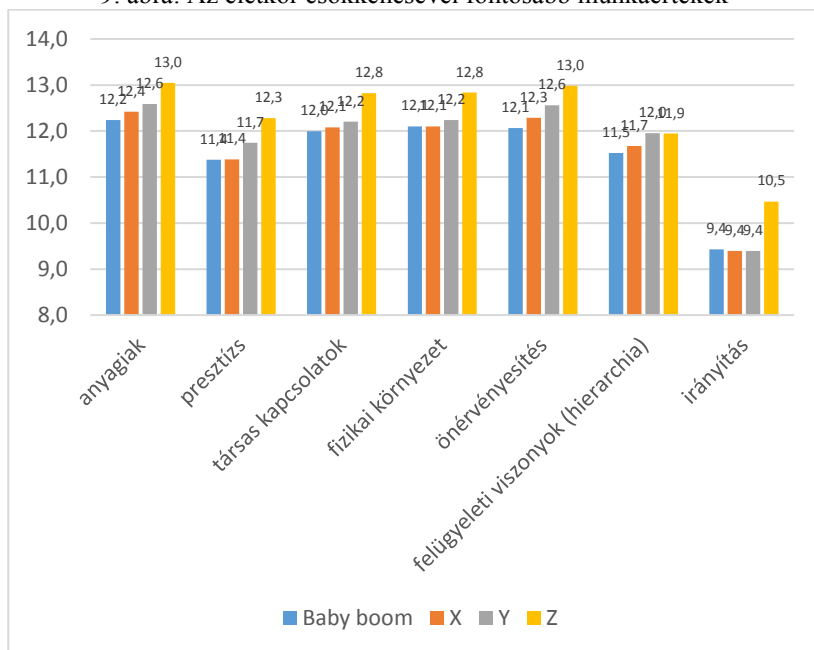
A továbbiakban azt vizsgáltuk, hogy milyen összefüggést állapíthatunk meg a generációk életkora és a munkaértékekhez kapcsolódó állítások preferenciája között. A varianciaanalízis eredménye alapján megállapíthatjuk, hogy a munkához kapcsolódó biztonság kivételével *mindegyik dimenzió esetében a generációk kategória átlagai statisztikailag is igazolhatóan eltérnek egymástól.*

A továbbiakban azokat a munkaértékeket elemezzük, melyek esetében szignifikáns különbség mutatkozott a generációk között.

A 9. ábrán az életkor csökkenésével magasabb pontértéket eredményező munkaértékeket láthatjuk. Az anyagiak ($F=11,234$; $df=3$; $p<0,01$), az önérvényesítés ($F=16,919$; $df=3$; $p<0,01$) és a felügyeleti viszonyok ($F=4,355$; $df=3$; $p<0,01$) esetében a munkaérték fontossága „lineárisan” növekszik. A presztízs ($F=15,367$; $df=3$; $p<0,01$), a társas kapcsolatok

($F=12,083$; $df=3$; $p<0,01$), az irányítás ($F=12,494$; $df=3$; $p<0,01$) és a fizikai környezet ($F=9,96$; $df=3$; $p<0,01$) esetében „exponenciálisabban” növekedést láthatunk. Utóbbi esetében a post-hoc elemzés alapján a Z generáció kiugróbb értéke eredményezi a kategória átlagok szignifikáns eltérését.

9. ábra: Az életkor csökkenésével fontosabb munkaértékek

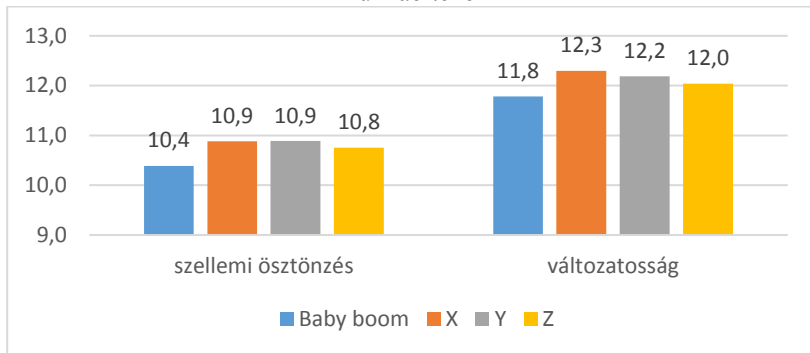


Forrás: saját adatgyűjtés

A 10. ábrán a „harang alakú” görbét leíró szellemi ösztönzés ($F=6,064$; $df=3$; $p<0,01$) és változatosság ($F=5,607$; $df=3$; $p<0,01$) dimenziókat láthatjuk. A szellemi ösztönzés mindegyik generáció esetében az egyik legalacsonyabb értéket vette fel. Ha megvizsgáljuk a 10. diagramot láthatjuk, hogy ez a munkaérték a Baby boom generációnak a legkevésbé fontos. öt tizeddel magasabb átlagértéket látunk az X és az Y generáció esetében, ugyanakkor a Z generációnál egy tizeddel alacsonyabb átlagértéket mértünk. A változatosság esetében az életkor

csökkenésével szintén a fontosság mértékének növekedését látjuk, ugyanakkor az X és a Z generáció esetében már alacsonyabb értéket mértünk, de a kapott átlagok így is meghaladják a Baby boom generáció esetében kapott eredményeket.

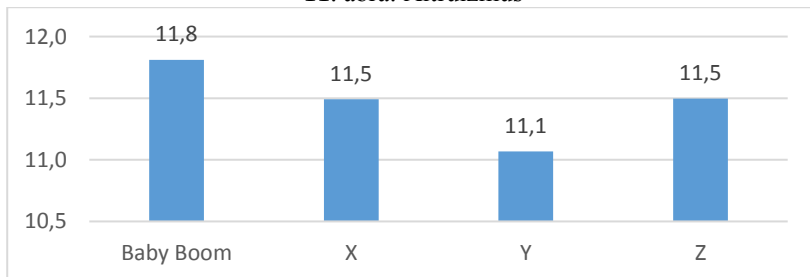
10. ábra: Az életkor csökkenésével fontosabb, majd kevésbé fontosabb munkaértékek



Forrás: saját adatgyűjtés

Sajátos (U alakú görbe) mintázatot állapítottunk meg az altruizmus (11. ábra) esetében. A diagram alapján elmondhatjuk, hogy ez a munkaérték a Baby boom generáció esetében a legfontosabb. A preferencia érték az életkor csökkenésével szintén csökken, ugyanakkor a Z generáció esetében már újra magasabb értéket mértünk. ($F=8,252$; $df=3$; $p<0,01$)

11. ábra: Altruizmus

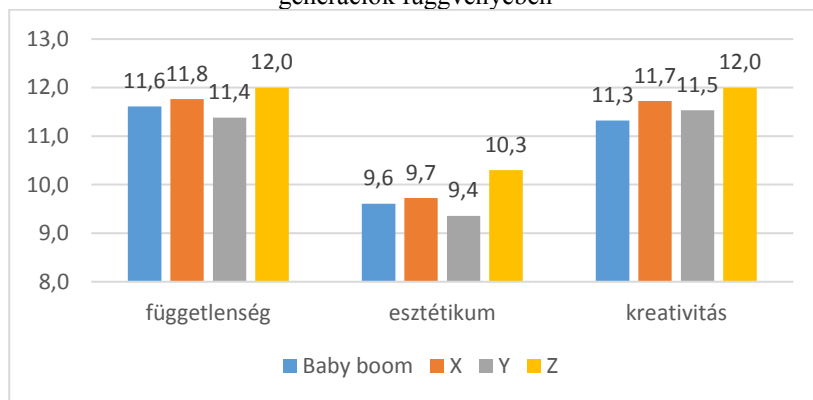


Forrás: saját adatgyűjtés

A 12. ábrán szereplő munkaértékek az életkor függvényében sajátosan „mozognak”, változnak.

A függetlenség ($F=6,654$; $df=3$; $p<0,01$), az esztétikum ($F=8,967$; $df=3$; $p<0,01$), valamint a kreativitás ($F=5,699$; $df=3$; $p<0,01$) esetében azt látjuk, hogy az életkor csökkenésével az adott munkaérték fontosabbá válik, majd csökkenő tendenciát mutat, ugyanakkor a Z generációnál ismét magasabb értéket tapasztalhatunk.

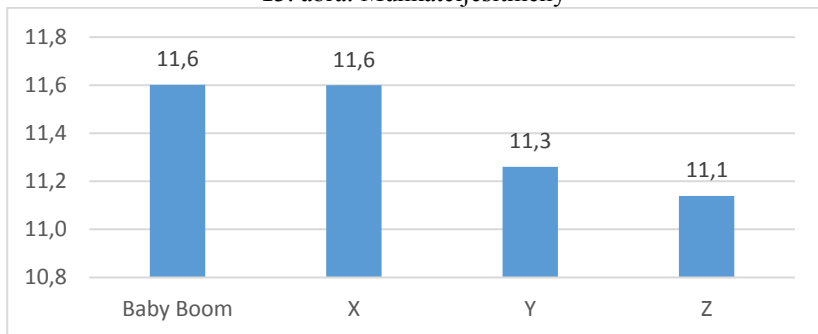
12. ábra: A függetlenség, az esztétikum és a kreativitás dimenziók a generációk függvényében



Forrás: saját adatgyűjtés

A 13. ábrán a *munkateljesítmény* esetében mért értékeket láthatjuk. Ennél a dimenzióval megállapíthatjuk, hogy az életkor csökkenésével a munkavégzés közben nyújtott magas teljesítmény egyre kevésbé fontos munkaérték. ($F=6,094$; $df=3$; $p<0,01$)

13. ábra: Munkateljesítmény



Forrás: saját adatgyűjtés

Összefoglalás

A fenti eredményeket összefoglalva elmondhatjuk, hogy a vizsgált dimenziók alapvetően fontosak a kutatásba bekerült különböző generációkhoz tartozó válaszadóknak. Az egyes munkértékhez tartozó generációk közötti különbségek tizedes értékűek, ugyanakkor a statisztikai próbák alapján némi trendszerűsége következtethetünk.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy *a vizsgált munkaértékek közül az anyagiak játsszák a legnagyobb szerepet* mind a négy generációnál. Ennél a munkaértéknél szignifikáns különbséget tudtunk megállapítani a kategória átlagok között. Az eredmények alapján megállapíthatjuk, hogy *az életkor csökkenésével az anyagiak egyre nagyobb szerepet játszanak a munkahely választásban. Hasonló lineáris kapcsolatot* fedezhetünk fel az *önérvényesítés* esetében. Míg a Baby boom generációnál ez a munkaérték a 4. helyen szerepel a preferencia sorrendben, addig az Y és a Z generáció esetében már a második helyre került. Hasonló tendenciát láthatunk társas kapcsolatok, valamint a presztízs esetében. Mindkét munkaértéknél statisztikailag igazolható különbséget állapítottunk meg a korcsoportok között.

További érdekes megállapítást tehetünk ha megvizsgáljuk a szellemi ösztönzés, a változatosság és az altruizmus dimenziókat. Ezeknél a faktoroknál azt látjuk, hogy a

preferenciaértékek *a legidősebb és a legfiatalabb generáció esetében* közelít egymáshoz.

Eredményeink felhívják a figyelmet arra, hogy a munkaerő felvétele, és a szervezeti ösztönzésmenedzsment rendszerek kialakítása során mindenképpen érdemes figyelembe venni a különböző generációkhoz tartozó munkavállalók igényeit.

Szakirodalom:

Budavári-Takács I., Suhajda Cs., J., Visztenvelt A. (2017): Tudatos életpálya tervezés, In: Lakatosné Szuhai Györgyi, Poór József (szerk.), Tudatos életvezetés - Projektszemlélet a magánéletben. 629 p. Győr: Publio Kiadó, 75-94.

Csehné Papp I. (2011): A társadalmi-gazdasági kihívásoknak való megfelelés érvényesítése az agrárszakképzésben. In: A református tanítóképzés múltja, jelene, jövője, (szerk. Pinczésné Palásthy I.) Kölcsény Ferenc Református Tanítóképző Főiskola, pp. 178-181.

Csehné Papp I., Molnár K. (2016): Vágyvezérelt munkakeresés vs. foglalkoztathatóság? A Z generáció munkaerő-piaci ismeretei, elképzelései és motivációi. XIX. Apáczai-napok. Tudományos Konferencia. Tanulmánykötet: Gondolkodási struktúrák és kreativitás. Győr, 2015.10.21-2015.10.22. Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar, pp. 29-37.

Csehné Papp I., Szabó K., L. Schwarczová, Hajós L. (2017): Ocakavanja a predstavy „Z” generácie univerzitnych studentov od thru práce. (EXPECTATIONS AND VISIONS OF „Z“ GENERATION OF UNIVERSITY STUDENTS IN RELATION TO THE LABOUR MARKET). *Acta Oeconomica Universitatis Selye* 6: (1) pp. 23-38.

Iorgulescu, M. C. (2016). Generation Z and its perception of work. *Cross-Cultural Management Journal*, 18(1), 9.

Jankovics Ferenc (2015): Generációk közötti kommunikációs különbségek Hadtudományi Szemle VIII.1. 450-465

Kissné András Klára: Lehet-e egységesen motiválni a különböző generációs munkaerőt?
<http://www.hrportal.hu/mobile/index.php?filter=&url=/hr/lehet>

-e-egysegesen-motivalni-a-kulonbozo-generacios-munkaerot-20140130.html

Kubátová, J. (2016). Work-Related Attitudes of Czech Generation Z: International Comparison. Central European Business Review, 5(4), 61.

Schäffer B. (2015): Az ifjú titánok, Budapest, Boook Kiadó

Singh, A. (2014). Challenges and issues of Generation Z. IOSR Journal of Business and Management, 16(7), 59-63.

Szilágyi Klára (1987): Super-féle munkaérték kérdőív. Szociálpszichológiai módszerek Budapest: Munkalélektani Koordinációs Tanács – MPT Munkalélektani Szekció

Willis Towers Watson (2013) HR 2030 Auf dem Weg in die Zukunft [https://www.towerswatson.com/de-](https://www.towerswatson.com/de-DE/Insights/Newsletters/Europe/HR-perspectives/2013/HR-2030)

[DE/Insights/Newsletters/Europe/HR-perspectives/2013/HR-2030](https://www.towerswatson.com/de-DE/Insights/Newsletters/Europe/HR-perspectives/2013/HR-2030)

GONDOLATOK A VERSENYKÉPESSÉG ÉS GENERÁCIÓS SZINERGIA KAPCSOLATÁRÓL

András Klára

EGIS Gyógyszergyár Zrt. humánerőforrás igazgatója
andras.klara@egis.hu

Absztrakt

A tanulmány fókuszában a generációk munkahelyi együttműködésének lehetőségei és esetleges akadályai állnak. A munkaerőpiac és a munkaadók számára nagy kihívást jelent a fiatal és tehetséges munkavállalók megszerzése és megtartása, a multigenerációs munkahelyek hatékony működtetése. HR szakemberként, sokéves gyakorlati tapasztalatom alapján igyekeztem felvázolni az általam legfontosabbnak tartott tényezőket és megoldási lehetőségeket ebben a kérdéskörben.

Kulcsszavak: versenyképesség, generációk, motiváció, munkaerőpiac, együttműködés

Bevezetés

A 21. század a fénysebességgű változások kora, ezért a sikeresség szempontjából kulcskérdés a versenyképesség. A Magyar Értelmező Kéziszótár szerint valaki vagy valami akkor versenyképes, ha a siker reményében vehet részt valamilyen versenyben. Más megközelítésben a versenyképesség az a képesség, ami egy adott piacon termék, vagy szolgáltatás értékesítését teszi lehetővé. Összevonva a két meghatározást, a versenyképesség az az állapot, amikor egy cég sikeresen képes a saját piacán értékesíteni a termékeit, szolgáltatásait. A vállaltunk legértékesebb tőkéi közt ott van a humán tőke, vagy szellemi tőke, az immateriális javak azon kombinációja, mely a szervezetet versenyképessé teszi. Kiemelten fontos, hogy a vállalatok, cégek felismerjék, hogy megkülönböztető erejük, versenyelőnyük a humán erőforrásokban rejlik.

A cégek számára fontos versenyképességet leginkább a vállalati hatékonyság javításán keresztül lehet megközelíteni. A

hatékonyság, a kibocsátás és a ráfordítás viszony száma. Egy adott tevékenység során előállított, termékek, szolgáltatások és egyéb eredmények, valamint az előállításukhoz felhasznált források közötti kapcsolat.

A hatékonyság fogalmát két oldalról vizsgálhatjuk: a meghatározott cél elérése a lehető legkisebb ráfordítással, vagy az adott ráfordítással a lehető legjobb eredmény elérése. Tehát a versenyképességünk kulcsa, ha munkavállalóink hatékonyan együtt tudnak dolgozni. A kérdés csak az, hogy hogyan lehet az eltérő igényű, összetételű, adottságú munkavállalókat hatékony közös munkára bírni, együttesen motiválni? Ehhez szükségünk van a vizsgált csoportokban azonosítható különbségekre és azonosságokra. Többféle csoportosítás lehetséges, ezek közül egy a generációs szempontú.

A fejlett nyugati társadalmak számára kihívást jelent a népesség elöregedése. A kihívás azonban nem feltétlenül hátrány: a változások előnyre fordítása, a generációk közötti tudásátadás, az idősebb munkavállalók munkaerő-piaci integrálása, illetve az Y generáció motiválása mind olyan feladatok, melyekre a gazdasági szereplők sikeressége érdekében megoldást kell találni.

A szinergia jelentése: együttműködés, együttthatás. Több elem, vagy tényező együttműködéséből nagyobb teljesítmény, magasabb eredmény jön létre, mintha az elemeket vagy tényezőket egyszerűen csak összeadnánk. A generációs szinergia megteremtése a munkahelyeken nagyban hozzájárulhat a versenyképességhez.

Generációs különbségek mindig voltak és lesznek is, nem csak a családokban, de a munkahelyeken is, ez nem a 21. század új keletű problémája. Azonban soha nem volt ilyen mély szakadék az egy munkahelyen dolgozó aktív generációk között. A változás oka egyszerű: az ipari társadalmat fokozatosan felváltotta az információs társadalom, majd a tudásalapú társadalom, amely többek között teljesen átírta, átírja az emberek közötti kommunikáció rendjét. Az internet, a globális világháló megkönnyíti az információk megszerzését,

ugyanakkor megváltoztatja az emberek közötti viszonyok jellegét és soha nem látott generációs konfliktusokat szül, vagy szülhet. Ugyanis az információs társadalom egy párhuzamos virtuális társadalmat is megteremtett. Míg az idősebb generációk kizárólagosan az off-line világban nőttek fel, addig a fiatalabb generációk- főleg a Z- egy napot sem éltek a digitális világ nélkül. Ők már beleszülettek az új virtuális- on-line társadalomba. Ebben szocializálódnak és ez a hely, ahol magabiztosan mozognak. Biztosabban, mint a valóságban. Van netes személyiségük, profiljuk, hálózatuk és követőik. És van egy „power” vagy „off” gombjuk, amivel ki és le is tudnak kapcsolódni. De ezt ritkán teszik. A gond csak az, hogy az on-line élet idealizált világa és könnyűsége és az off-line realitás összehangolása komoly munkát igényel. Míg előbbiben könnyebben és azonnal érkeznek a sikerek, a fiatal generációk nehezen viselik a rideg valóságban az esetleges kudarcokat, visszautasítást, vagy konfliktusokat. Az idősebb generációk pedig sokszor kizárva érzik magukat ebből az új világból, annak ellenére, hogy gyakran ők saját maguk zárják ki magukat. Az információs, majd tudásalapú társadalom korában a generációk között régen nem tapasztalt ellentétet az is fokozza, hogy a kölcsönös kritika mellett a rivalizálás is megjelent. Az Y generáció tagjai ugyanúgy esélyesek egy vezetői pozíció elnyerésére, mint az idősebb, eddig a tapasztalataira nyugodtan támaszkodó X generációs munkavállaló. A kommunikációs és érzelmi ellentéteket sokszor fokozza, hogy az X generáció számára kiemelten fontos a lojalitás, a tulajdonosi szemlélet kezd háttérbe szorulni, helyette viszont ott az Y és Z generáció igénye, igény egy élvezhető munkahelyre. Hogyan jöhet létre ebből szinergia?

A generációk bemutatása

Az átlagéletkor kitolódásával és a generációév lerövidülésével manapság hat (fő) generáció él együtt. A generációk magatartásának figyelésével 1971 óta foglalkozik a YANKELOVICH riport (1) címen készül kutatás-sorozat az

Egyesült Államokban. A generációs kutatók a fiatalok kohorsz - élmények alapján határozzák meg a generációkat: azt vizsgálják, melyek azok a generáció-szintű, közös élmények, amelyek hatással lehetnek az adott korcsoport későbbi személyiségének, értékrendjének alakulására. Nagyon fontos szempont, hogy milyen gazdasági-társadalmi környezetben nőtt fel, szocializálódott az adott generáció, milyen tárgyak, események, folyamatok hatottak rájuk. Az élményekből értékek, döntések és preferenciák alakulnak ki és ezek kisebb vagy nagyobb mértékben befolyásolják a munkaerő-piaci szereplésüket, hozzáállásukat, viselkedésüket. A társadalom generációs tagozódása természetesen nem jelenti azt, hogy a generáció minden tagja egyforma, ugyanakkor a kohorsz-élmények mégis sok közös vonást eredményeznek.

Az értékek, normák képezik a legfontosabb összekötő kapcsot az egyén, csoport, közösség és a társadalom között, mert egyszerre töltönek be integráló funkciót a társadalomban és a személyiségben. Ugyanez igaz a szervezetekre is. Az értékek azon meghatározottságok, melyek a szervezeti kultúra által „előírt” motivációk és célok keretét teremtik meg az egyéni cselekvések számára. Az értékek természete kettős: egyrészt kijelölik a társadalom, a szervezet, a szervezeti kultúra által elfogadhatónak tartott egyéni cselekvések körét, másrészt az egyéni cselekvések folyamatosan újratermelik az értékeket, s ezzel együtt azt a társadalmi, szervezeti kultúrát, mely ennek következtében nem lehet független az egyéni cselekvésektől.

Fontos a célértékek szerepe az értékrendszerben. Ez az egyénekre, csoportokra jellemző, a célra irányuló, célratörő tevékenység, amely kiemelkedően fontos rendezőelvként működik a magatartásokat, tevékenységeket, törekvéseket vezérlő értékrendszerben.

A stabil értékrendszer a harmonikus társadalmi és szervezeti együttélést és a személyiség integritását egyaránt biztosítja. Az értékek a személyiség legstabilabb elemei, ugyanakkor az életkor függvényében a motivációk és célok módosulhatnak, melynek során generációs különbségek adódnak. A

generációkat a közös tapasztalatok, életélmények, végső soron a közös értékek fűzik össze. Az összekapcsolódás laza szálú, nem törvényszerű, de meghatározó, ugyanis van egy vonulat az értékek, a közös élmények mentén, amely lehetőséget teremt arra, hogy azt állítsuk, hogy a generációk között különbségek vannak, és egyben a generációkon belül fellelhető azonosságok keretezik az oda tartozó emberek döntéseit. Az értékek nem velünk született tulajdonságok, a szocializáció termékei. Az érték mérce és eligazodási pont is egyben, mely orientálja a generáció tagjainak viselkedését is. Az értékek ezen túl érzelmi viszonyulást is hordoznak magukban. A célok jelképezik az értékeket, ezek olyan végállapotok, mint a boldogság, a biztonság vagy a teljesítmény.

Az egyes generációk vizsgálata alapján az tapasztalható, hogy bizonyos társadalmi értékek változásával az egyén értékei is megváltoznak, bizonyos értékek kevésbé fontossá válnak és/vagy újak keletkeznek. A nők családi névhasználata példaként nagyszerűen alkalmas a generációs értékkülönbségek érzékeltetésére. Régen a férjes asszonyok büszkén viselték a férjük nevét, ma már a fiatal asszonyok fel sem veszik, és/vagy a férjek veszik fel a feleségük nevét. Ez mutatja a társadalmi értékrend változását is a házasság intézményével és nők helyével és szerepével kapcsolatban. Egy bizonyos generációs csoporton belül is több értéktípus létezhet, így lehet adott esetben csoportokat elkülöníteni egymástól aszerint, hogy mennyire változtatják értékeiket. (Példa erre a Baby boom generáción belül megkülönböztetett Golf, vagy az X generáción belül azonosított Boomerang alcsoport.) Nem csak a generációk között vannak eltérések, de a generációkon belül is változhatnak az értékek és a célok, ahogyan a generáció is öregszik. Az időszedéssel az emberek értékrendszere átalakul, fontosabbá válnak a stabilitással, biztonsággal kapcsolatos értékek. Ugyanez nem mondható el az eszközértékek tekintetében: itt nem mutathatók ki hasonlóan markáns különbségek. Az engedelmisség, fegyelmezettség és a segítőkészség azok az eszközértékek, melyek fontossága nő, ahogyan a generáció

maga is idősödik. Ugyanakkor a logikus gondolkodás, az alkotószellem és az mint eszközértékek preferencia sorrendje az életkor növekedésével párhuzamosan csökken, azaz idősödve egyre kevésbé fontos értékeknek bizonyulnak az emberek életében.

Egy biztos, ha van is az értékekben eltolódás az életkor hatására, az Y, X, Z generáció nem lesz Baby boomer, ha megöregszik, ahogyan a Baby boomer sem lesz Veterán.

1. táblázat: Generációk

A generáció elnevezése	Születési idő	Az elnevezés eredete
G.I. generáció	1901-1924	A hősök generációja
Veterán (hallgató)	1925-1945	A világháborúkat megélt generáció
Baby boom Baby boomer	1945-1965	A II. világháború utáni népességrobbanás gyermekei
Jones	1954-1969	A lépést tartani Jonesékkal (fogyasztásban) amerikanizmus
68-asok	1940-1950	Az 1968-as diáklázadások generációja
Golf	1965-1975	Az NSZK-ban a jólétet szimbolizáló VW Golf-ról elnevezve
X	1965-1979	Douglas Coupland X generáció című műve után
13.	1961-1981	A 13. olyan generáció, amely ismeri az USA zászlaját
Boomerang	1975-1986	Lakás híján a szülőknél ragadt fiatalok
MTV/Much Music	1975-1983	90-es évek popkultúráján felnőtt nemzedék
Y	1980-1994	Az angol YOUTH (fiatalság) szóból
Milleniumi	1982-2000	Az ezredforduló előtt születettek

NET, IT	1980-2000	Az internethálózatba születő generáció
Echo boomers	1989-1993	Újabb népességrobbanás gyermekei
Z	1995-2010	Zappers (kapcsolgató), vagy responsible (felelősségteljes)
Alfa Új csendes	2011-	Alfa (alpha) generáció, akikkel újra kezdődik minden

forrás: saját szerkesztés

A Veterán generáció (1925 – 1945)

Jellemzően már nem aktív munkaerő-piaci generáció, legtöbbjük már nyugdíjba vonult. Egy munkaadónál, egy szakterületen dolgoztak egy életen át. Egy új világot építettek fel, ahol értékes tudást és tapasztalatot halmoztak fel. A generáció a 20. század viharai árnyékában nőtt fel és szocializálódott; megtanulták, hogyan kell túlélni a háborúban, a fronton és a rendszerek változásában, s mint a háború és a világválság gyermekei olyan környezetben nőttek fel, amelyben az alkalmazkodás a siker záloga. Számukra érték egy munkahelyen ledolgozni az életüket és kiemelten fontos a hiteles, céltudatos, karizmatikus vezető személye. Tisztelik a kétkezi, fizikai munkát és az életkorhoz köthető tapasztalatnak nagy tekintélye van köreikben.

Baby boom generáció (1946 – 1964)

A demográfiai robbanás gyermekei, a szüleiktől az különbözteti meg őket, hogy új utakra, tudásra, információra, cselekvésre vágnak, karriert építenek. Fegyelem, tisztelet és kitartás jellemzi őket, és alázattal végzik munkájukat a szó legpozitívabb értelmében. Kötődnek a munkahelyhez, az íróasztalukhoz, fontosak számukra a státuszszimbólumok, amelyek a hierarchiában betöltött szerepekhez köthetők. Tudásuk, tapasztalatuk, bölcsességük, munkafegyelmük és lojalitásuk olyan érték, amely bármilyen és bármekkora céget a legjobbak közé emelhet. Tartanak attól, hogy az utánuk

következő nemzedékek elveszik a munkájukat, mert olyan készségekkel rendelkeznek, amikkel ők nem, vagy csak részben. Ez a generáció korábban nem látott tanulási lehetőségeket kapott, és a demokrácia hozta versenyelőnyök kihasználásában is jeleskedik. Ennek a generációnak jó a közérzete, és a jót természetesnek tartja és fogadja el, pedig ők voltak azok, akik 30-50 fős tantermekben nyomorogtak, akik a rendszerváltás után először tapasztalták meg a munkanélküliséget, és ők azok, akik ma nem mehetnek nyugdíjba, úgy, ahogy tervezték.

Az X generáció (1965 – 1979)

Az X generáció tagjai már nem azok a szakadt farmeres kölykök, „akik házasságkötés nélkül együtt alszanak, nem tanulták meg, hogy Istenben hinni kell, és nem tisztelik a Királynőt és a szüleiket”, ahogy azt a Time magazin 1990-ben írta (2). Elődeiknél magasabban iskolázottak, sokuknak két vagy több diplomája is van. Az X generáció tagjai már kétjövendelmű családokba születtek, ahol a válás is megszokott jelenség volt. A nők tömegesen vállaltak munkát, sok gyerek nem is látta a szüleit, mert azok mindketten dolgoztak. Így a „kulcsos gyerekek” generációja önálló, találékony és önellátó nemzedékké vált, akik a munkahelyen is értékeli a szabadságot és a felelősséget. Ez az első generáció, amelynek tagjai már kamaszként is találkoztak számítógépekkel, a technológiai fejlesztések begyűrűztek életükbe, ők pedig – lassan vagy gyorsabban – megtanulták kezelni azokat. Munkába állásukkor a munkaerőpiacon

versenyképes fizetést kínáló, újonnan betelepült multinacionális vállalatok várták őket, akikkel együtt azonban megérkezett a korlátlan munkaidő és a korlátlan munkahelyi stressz is. A munkájukért hajlandóak a magánéletüket is feláldozni, talán ezért is olyan nagy a válások száma a generáció tagjai között.

Az Y generáció (1980 – 1994)

A fiatal (az angol Youth – fiatalság, ifjúság szó rövidítése) generáció, amely Magyarországon még a szocializmusban

születik, de már a fejlődő demokráciában nőttek fel. Nyitottak az újdonságokra, befogadóak, gyorsan sajátítják el a technológiai novumokat. Agilisak, célratörők, korlátlan munkakedv, horribilis fizetési elvárások jellemzik őket. Fontos ars poeticájuk, hogy nem akarnak úgy élni, mint szüleik, akik állandóan hajtják a pénzt, és szorongva felelnek meg minden elvárásnak. Netes személyiséggel és új kommunikációs stílussal rendelkeznek. Öntudatos munkavállalók, h”a nem tetszik valami, akkor odébbállnak, ezt minden különösebb érzelmi kötődés és érzelmi trauma nélkül teszik meg. Társadalmi kapcsolataikat egy időben élik meg a valós és a virtuális világban. Bátrak, kezdeményezők, kevésbé kételkedők saját képességeikben, korlátaikban. Praktikus szemlélet jellemzi őket, az egyén szabadságát, a formalitásmentes közvetlen világot nagyra értékeli. Új világot építenek, hiszen nem a hagyományos irodai munkakultúrát képviselik, hanem a mobil és az internet segítségével a világ bármelyik pontján elvégzik feladataikat, létrehozva virtuális közösségeiket. A munkaerőpiacon komoly kihívást jelentenek az X generáció számára, mert minőségileg új szintet képviselnek hozzájuk képest. Elődeiket megszegyenítő önbizalommal szállnak szembe a megkövült szabályokkal, más képességekkel rendelkeznek, mint az előző generációk. A számítógépekkel együtt nőttek fel, igen gyakorlatiasak, és remekül eligazodtak az interneten. Nem tudnak mindent fejből, de tudják, hogy keressék a szükséges információt. Az Y generáció élvezni akarja a munkahelyet, amely legyen modern, a hagyományostól eltérő, nagy tág terekkel, és közös étkezésre, beszélgetésre lehetőséget adó konyhával.

Ők a „fordított szocializációs generáció”. Az előző generációk a szüleiktől és nagyszüleiktől tanultak meg mindent, tőlük kapták meg azt a tapasztalati tudást, amely generációról generációra szállt és alapul szolgált arra, hogy már csak ezért a tudásért is tiszteljék az előző generációkat, idősebb családtagjaikat, kollégáikat. Ez a fordított szocializációs generáció azonban a legfontosabb tudást, amely a digitális

újkorban szükséges, nem az előző generációktól szerzi meg, hanem önmaga kutatja fel és sajátítja el, valamint a kortársaktól is informálódik. Sőt, nemcsak hogy nem az idősebbektől tanul, hanem inkább ő tanítja az előző generációkat a digitális világ eszközeinek használatára.

Kiemelten fontos számukra a munka és a magánélet egyensúlya, szabadidejüket értéknek tartják. Ez a generáció gyermekként átélte, hogy szülei a munka oltárán képesek feláldozni a magánéletet, hogy hogyan mennek tönkre a családok a munkahelyi leterheltség és a szabadidő hiánya miatt.

Az Y generáció tagjai több nyelvet beszélnek, az ország határai nem kötik őket, nem mindent tudnak fejből, de pontosan tudják, hol keressék. Keresik a lehetőségeket, bevethető tudás elsajátítására törekszenek és gyors előrehaladást igényelnek. Az ezredforduló generációja a szüleinél érzékenyebb a közös gondokra, észleli a hibákat és megoldásokat keres rájuk.

A Z generáció (1995 – 2009)

A Z – más források szerint R-nek (responsible) nevezett – generáció, a világ első globális nemzedéke, a globális falu első gyermekei, akik ugyanazon a zenén, ételen, mozifilmen, és divatirányzaton nőnek föl. Ők a legkisebb létszámú nemzedék, ugyanakkor a legoktatótobb (azaz a legtöbb időt töltheti az oktatásban). Tagjai a legkisebb családokba születtek, a legidősebb anyák nevelik őket (sokszor egyedül) és az előző generációkhoz képes a leghosszabb várható élettartammal rendelkeznek. Már teljes egészében beleszülettek abba a világba, amelyet egyre inkább meghatároznak a különböző digitális technológiák. Hozzászoktak ahhoz, hogy állandó kapcsolatban vannak egymással, hogy folyamatos, korlátlan és azonnali hozzáférésük van a világhálóhoz. Hálózaton keresztül funkcionálnak a legjobban, a szocializáció ebben a korosztályban a virtuális térben történik. Profin kezelik az elektronikus eszközöket, virtuálisan naponta akár több száz emberrel is kommunikálnak, a közösségi oldalakon ezernél is több baráttal rendelkezhetnek, a való életben zajló

kommunikációt azonban stresszhelyzetként élik meg, ezért egyre inkább bezárkóznak, a valódi világban leépítik baráti körüket és az internet nyújtotta „biztonságba” menekülnek. Hogy miért? Mert a virtuális világban olyanok, amilyenek, lenni szeretnének. Ott könnyen kommunikálnak, és ha valami nem tetszik, hát kikapcsolnak.

Információforrásuk is leginkább a Web. Ez a generáció tökéletesen akklimatizálódott a világháló és a videojátékok észvesztő, szemképráztató tempójához és azonnaliséghoz. Jellemző rájuk a párhuzamos cselekvés: ugye ismerős kép, amikor a gyerek egyszerre játszik, tanul, eszik és blogol? A Z generáció ösztönösen olyan képességekre, készségekre tesz szert, mint a többfeladatos működés/feldolgozás (multitasking), az együttműködő tanulás (hálózatban, collaborative), vagy az önszabályzó tanulás. Ez a generáció mindezekre a készségekre az iskolán kívül, szabadidejében tesz szert, kizárólag önszabályozó módon, illetve hálózatban korcsoportjától tanulva.

Bár már kis létszámban megjelentek a munkaerőpiacon, azt, hogy hogyan viselkedik a Z generáció a munkahelyeken, egyelőre inkább csak prognosztizálni lehet. A rájuk irányuló elemzések és kutatások alapján a Z generációt, melynek első hulláma jelenleg és a közeljövőben áll munkába, a gyors váltások jellemzik. Ezen generációnak a munkahelyek változtatása természetes lesz. Nem hajlanak a kompromisszumra, gond nélkül odébbállnak ahányszor csak szükségét érzik, nem ragadnak le egy vállalatnál. Nem aggódnak, amiatt, hogy nincs biztos fizetésük és stabil íróasztaluk valahol. Praktikus szemlélet jellemzi őket, az egyén szabadságát, a formalitásmentes közvetlen környezetet nagyra értékelik. Nem a szavak és az érzelmek jellemzik őket. Elképzeléseiket komoly áldozatok árán is képesek megvalósítani. Gyakran formabontó, forradalmi ötleteiket azonban ők már nem egyénileg igyekeznek megvalósítani, hanem egymással összefogva szolgálják a közösséget. Két

munkahely közül szívesebben választják a tudatos CSR stratégiával és környezettudatos gondolkodással rendelkezőt.

Az Alfa generáció (2010- től napjainkig)

„Ügyesebbek, gazdagabbak, egészségesebbek és magányosabbak lesznek a legfiatalabb generáció tagjai.” - olvashatjuk egy népszerű ausztrál szülői blogban. Ez a generáció tekinthető a második Baby boom generációnak, ahogyan az elsőnek, úgy nekik is komoly technológiai és társadalmi változásokkal kell majd szembenézniük.

Várhatóan az „Alfák” fognak legtovább élni az emberiség történetében, a legmagasabb szintű képzettséggel rendelkeznek majd és teljes mértékben a világháló részei lesznek. Ennek vélhetően az lesz az ára, hogy ők lesznek a legmagányosabb nemzedék, akik Google szemüvegeken keresztül folyamatos hálózati kapcsolatban állnak majd ugyan egymással, de családjukban egykék lesznek és tartósan egyedül fognak élni.

A megállíthatatlan technológiai fejlődés a munkaerőpiacot is drámaian megváltoztathatja. Eltűnhetnek az irodák, globális munkahelyek és cégek születhetnek. Az Alfa generáció olyan problémákra kell, hogy megoldást találjon, mint a környezetszennyezés, a globalizációs ártalmak és a társadalmak előregedése. Ezért is nevezzük őket „új csendes, vagy Alfa” generációnak, remélve azt, hogy képesek lesznek a kihívásokkal megbirkózni valamint, hogy velük újra kezdődik minden, új lehetőséget kapnak, amivel élni is tudnak majd.

Generációs munkaerő-piaci helyzetkép a 21. század elején

A magyar társadalom munkahelyeken aktív generációi a Baby boom, az X és az Y, ők alkotják a munkaerőpiacot, hiszen a veterán generáció lassan teljesen kivonul, a Z generáció pedig most kezd belépni nagy erővel a munka világába. Az előzőekben láthattuk, hogy jelentős különbségek vannak a generációk között, éppen ezért értékeik is eltérőek, amelyekre az ösztönzésüknél és motiválásuknál is tekintettel kell lennünk.

A munkaerőpiac radikális változáson megy keresztül, többek között a megállíthatatlan technikai fejlődésnek köszönhetően. A globális gazdasági válság leginkább a fiatal korosztály munkavállalási lehetőségeit érintette, érinti katasztrofálisan. Ma a fiatalok összesen 45 százalékának van munkája, kevesebbnek, mint 2007 decemberében, a válság kitörésekor. Ugyanakkor az időseknél éppen fordított a helyzet. Például az amerikai nyugdíjasok 18 százaléka dolgozik, a nyugdíjasok foglalkoztatási rátája 2012-ben volt a legmagasabb 1965 óta. A jelenség a demográfiai és egészségügyi okok mellett ugyancsak a válság számlájára írható. A legtöbben ugyanis nem engedhetik meg maguknak, hogy ne dolgozzanak. Nem vonulnak nyugdíjba, nem adják át sem a helyüket, sem a tudásukat a fiatalabb generációknak. Ennek többek között az oka az 1997-től elindult nyugdíjkorhatár-emelés az oka, amelynek következtében mind a nők, mind a férfiak esetében egységesen nőtt az öregségi nyugdíjazás korhatára.

A társadalom elöregedésének problémája szintén hatással van a munkaerőpiacra.

A termékenység csökkenése és a várható élettartam növekedése hozzájárul a népesség öregedéséhez. Az évszázad végére a várható élettartam a Földön az előzetes számítások szerint a jelenlegi 68 évről 81 évre növekszik majd. Ennek következtében kialakulhat az úgynevezett „egyharmados” népesség: a népesség egyharmada – azaz minden harmadik ember - az időskorúak közé fog tartozni.

A társadalmi folyamatok nyomomonkövethetők a vállalatoknál is. A vállalatok korfája folyamatosan változik, igazodva a társadalmi változásokhoz. Amíg az ötvenes években a jellemzően a 20-30 évesek tették ki az alkalmazottak nagy részét, – az optimális piramis modellben – addigra ez a 21. század elejére drasztikusan átalakult.

A munkaerőpiac gerincét az X és Baby boom generáció alkotja, őket követi az Y generáció. Kivételt ez alól csak az informatikai cégek képeznek, ahol többnyire az Y generációs munkavállalók a jellemzőek.

Ez a helyzet a prognózisok szerint csak egyre rosszabbá válik: jóval kevesebb fiatal fog dolgozni a cégeknél, ezzel szemben magasabb lesz az idősebb korosztályok jelenléte. A munkaerőpiac radikális átalakuláson megy át: a munkaerő kereslet kiemelten a fiatal, tehetséges munkavállalók iránt - jelentősen megnő, míg a kínálat nagymértékben csökken, ami a munkáltatók közötti verseny fokozódásához vezet majd, átalakítva a munkaerő-piac kínálati oldalát.

A munkáltatóknak fel kell készülniük arra, hogy a munkavállalók egyre hosszabb időt kénytelenek a munkaerőpiacon és a munkahelyeken eltölteni. Ez problémát jelent a komoly fizikai és pszichikai megterhelést jelentő munkakörökben.

Generációk a munkahelyen

A generációk azonosságainak és különbözőségeinek vizsgálata során azzal szembesültem, hogy a fiatalabb generáció számára ugyan nagyon fontos a bér, de nem elég ahhoz, hogy megtartsa a generáció tagjait egy-egy munkahelyen. Az Y generációnál nem motiváló és munkaerő- megtartó hatásút, hanem a sikeres motiváció gátja, ha nincs megfelelő bérezés. Fontos és egyre fontosabb számukra a munkáltatói márka és ezzel összefüggésben az, hogy mennyire lehetnek büszkéek arra, hogy az adott cégnél dolgoznak. Fontos a kellemes környezet és a fejlődés, a karrier lehetősége, hogy munkájuk élményt okozzon számukra. Ha ezeket megkapják, akkor van esély arra, hogy hosszabb időt eltöltsenek egy-egy munkahelyen.

Nagyon fontos tisztában lenni azzal, hogy mi az, amiben a generációs csoportok a leginkább eltérnek egymástól, melyek azok a tényezők, amelyek konfliktusokhoz vezethetnek. Az eltérések megnyilvánulhatnak (a teljesség igénye nélkül):

- a változásokhoz való viszonyulásokban,
- a folyamatos tanuláshoz való viszonyulásban,
- a karrierépítésben,
- vezetőikkel szembeni elvárásokban,
- a munkakörnyezettel szembeni elvárásokban.

2. ábra. A generációs eltérések megnyilvánulásai

A generációs eltérések megnyilvánulásai

TÉNYEZŐK	BABY BOOM - generáció	X - GENERÁCIÓ	Y - GENERÁCIÓ
Idősebbek tisztelete	Természetes	Udvariasság	Miért kellene?
Pénz	Meg kell keresni!	Nem minden a pénz!	Jár nekem!
Lojalitás, karrier	Feljutni a csúcsra	Leválni az utat	Adj szabadságot, különben kilépek!
Változás	Ellenáll	Elfogadja	Akarja
Döntéshozás	Megfontolt	Tényeken alapul	Barátok véleménye számít
Tanulás	Fontos, de időnyomástól mentesen	Keretek között	Szabadon és élményekkel telve, folyamatosan
Technológia	Kizárja	Kényelmes	Segít, hogy jól érezzem magam!
Munkakörnyezet	Funkcionális	Kényelmes	Inger gazdag
Vezető	Leader	Manager	Coach

forrás: saját szerkesztés

A fenti táblázat is megerősít abban, hogy HR szakemberként szükséges ismernünk cégünk generációs korfáját. Az elemzés során a korfa ismertetében törekedhetünk arra, hogy a kiválasztási politikánk a generációs egyensúly megtartására törekedjen, olyan munkavállalókat integráljunk a rendszerbe, akik a meglévő generációs csoportok egyensúlyát erősítik tovább azzal, hogy képesek beilleszkedni a szervezetünkbe. A generációs aspektusok alapján személyre szabott ösztönző rendszert alakíthatunk ki, amelyben az ösztönző csomagot a generációk különböző igényei szerint állíthatjuk össze, így személyre szabottan motiválhatjuk a munkatársakat.

Generációs kutatásaim alapján a legmarkánsabb eltérések a generációk között kiemelten a munkahelyi együttműködés aspektusait vizsgálva a következőkben foglalhatók össze.

A változásokhoz való viszonyulásokban a legnagyobb eltérés a Baby boom és az Y generáció között mutatható ki. Míg az előbbi eltűri, túléli a változást, addig az utóbbi igényli és folyamatosan elvárja.

A folyamatos tanuláshoz való viszonyulásban az idősebb generációknál gondot okoz az elvárás, hogy folyamatosan tanulni és fejlődni kell. Az életkor függvényében a bevézési idő hosszabbodik, nagyon fontos a korosabbak számára az időnyomástól mentes tanulási lehetőség, nem szívesen ülnek iskolapadba. A fiatalok viszont elvárják, hogy folyamatosan tanulhassanak, fejlődhessenek. Leginkább a személyes oktatást, képzést kedvelik. Ezt a helyzetet a versenypiaci cégek mentor programok kidolgozásával fordítják a javukra: az idősebbek tanítják a fiatalokat, miközben ők maguk is sok új tudást szereznek, a fiatalok pedig megkapják a személyes tanulás lehetőségét, miközben ők maguk is „tanítják” az idősebbeket.

A karrierépítésben és a „karrier” szó jelentésében a fiatalok számára a tudás megszerzése kiemelten fontos. Ahogyan a vertikális és horizontális karrier is egyaránt karrier-utakat jelent számukra. A legnagyobb eltérés az időtényezőben van: a fiatalok lehetőleg nagyon gyors lépésekkel, szinte azonnal akarnak karriert építeni. Ennek a gyors kiégés (burning out) a legnagyobb veszélye. Az idősebbek számára a karrier a vezetővé válást jelenti, az ahhoz társuló státusz-szimbólumokkal, ahol nem az időtényező a meghatározó.

A vezetőkkel szembeni elvárásokban az a különbség, hogy a fiataloknak támogató, segítő, (coach) szemléletű vezetőkre van szükségük, akit alapvetően a tudása és tehetsége és nem csupán az életkora alapján tisztelnek. A Baby boom generáció számára az ideális az irányító (leader), aki tiszteletet parancsolóan karizmatikus. Az X generáció a menedzser szemléletű vezetőt fogadja el a legkönnyebben, aki nem csak saját magát, de beosztottait is képes menedzselni, hiszen mivel alapvetően önállóak, nem arra van szükségük, hogy irányítsák őket.

A munkakörnyezettel szembeni elvárásokban a fiataloknak az inger-gazdag, esztétikus, inspiráló és környezettudatos környezet iránti igénye a legmarkánsabb különbség a többi generációval szemben. Az idősebb generációk a klasszikus munkakörnyezetet kedvelik, kiemelve az önálló munkavégzésre lehetőséget nyújtó saját iroda iránti igényüket.

Az idősebb generációk relatíve későn találkoztak digitális/információtechnikai (IT) eszközökkel, míg a fiatalok beleszülettek a digitális világba. Emiatt nagy különbség van a munkahelyen alkalmazott IT eszközök használati képességében és gyakoriságában.

Az együttműködést nehezítő tényezők

Információk megosztása - A fiatalok (Y, Z generáció) folyamatos információmegosztási kényszere komoly feszültséget okoz és újragondolt céges szabályozást követel. A legtöbb cégnél nagyon fontos a biztonság szempontjából, hogy ki milyen információkhoz fér hozzá, milyen információkat oszt meg és azt milyen platformokon teszi.

Az információk megbízhatósága - A fiatal generációk elsődleges információforrása az internet. Nagyon gyorsan megszerzik a számunkra szükséges információkat, de ezek megbízhatóságát gyakran nem ellenőrzik, pedig az internetre nem csak valós tartalommal bíró, megbízható információk kerülnek fel. Ezzel szemben az idősebb generációk kritikusabb szemmel fogadják a világhálóról származó információkat, lassabban, de megbízhatóbb forrásokból merítenek és ezt több irányból ellenőrzik. Így sokszor nem azonos a különböző életkorú dolgozók munkatempója, amely konfliktusokhoz vezethet.

Tudásféltés - A társadalmi öregedés és többek között a „nyugdíjreform” következtében az idős generációk egyre tovább kényszerülnek a munkahelyeken maradni. Féltik a munkahelyüket, s nem szívesen adják át a megszerzett tudást a fiatalabbaknak, mert így pótolhatatlannak érzik magukat.

Bérfeszültség – A tehetséges, fiatal munkaerőnek megvan az ára. A bérek a versenypiacon nem feltétlenül az eltöltött éveket tükrözik. A fiatal tehetségeket meg kell fizetni, ez pedig bérfeszültséget okozhat egy adott szervezetben belül az idősebbek és a fiatalok között.

Kommunikáció, tisztelet. – A fordított szocializáció következménye, hogy a fiatalok nem tisztelik csupán a koruk

miatt az idősebb generációkat, ahogyan ez eddig elvárás volt. A megszerzett versenyképes tudást értékelik, amihez hozzátartozik az információs technológia rutinszerű használata is. Ebben az idősebb generációk sokszor a fiatalok segítségére szorulnak, mint ahogyan az információgyűjtés, -elemzés és -értékelés új, számítógépes programokkal támogatott módszereinek használatában is. Ez a legkomolyabb feszültségforrás a munkahelyeken: az idősek elvárják, hogy tiszteljék őket, már csak a koruk miatt is. Tisztelik az időseket, de csak azokat, akik általuk értékesnek minősített tudással, tapasztalattal rendelkeznek. A kommunikáció gyorsasága is konfliktusforrás lehet: a felgyorsult világban villámtempóban kommunikálunk, sokszor például nem udvariaskodunk, kihagyunk, rövidítünk, amit az idősebbek nem értenek és nem is kedvelnek.

Generációs szinergia

Évek óta vizsgálom a generációkat, soha nem külön-külön, hanem együtt, egymással összefüggésben. Egy dolog bizonyos, hogy nincs rossz, vagy felesleges generáció. Minden generációnak megvan a szervezet szempontjából előnyös tulajdonsága és attitűdje. Az a szervezet működik jól, ahol minden generáció képviselteti magát, ahol érvényesülnek az egyes generációk előnyei és hátrányai, ahol keveredik az új és a régi. A szervezeteken belül az eltérő generációk sikeres együttműködésének kulcsa az egyensúly és az elfogadás. Mindegyik generációban megvannak az értékek, amelyeket fel kell tární és ki kell használni. Az egyszerre különböző generációkat foglalkoztató szervezetek – ha a nemzedékek jól együtt tudnak működni egymással – generációs szinergiát alkotva sokkal sikeresebbek lehetnek, mint a csak homogén generációs csoportokból álló munkahelyek.

Személyes zárszó

Generációs kutatóként tudom, hogy az Y és Z generáció már fordított szocializációs generáció, hogy már nem a szüleitől,

nagyszüleitől tanulják meg a fontos dolgokat, hanem önállóan, az online térben. Sőt, a fiatalok tanítják az idősebbeket a nélkülözhetetlenné vált kutyuk használatára. Ezért hát nem is tisztelik az idősebbeket feltétel nélkül, hiszen minden nélkülözhetetlen tudás az ő birtokukban van.

A fiatalok saját magukat tanítják sajátos módomban, szívják magukba az önmaguk által és társaik által választott/ajánlott tudást. Mert ez a jelen, ez a jövő, ez a fontos. Ez a fontos tudás. Szóval tudom, csak éppen nem akarom elfogadni. Vagy nem teljesen. Mert sok mindent meg lehet tanulni a barátoktól, az internetről és saját magunktól is. De nem mindent. És bizony arra is emlékszem, hogy a nagyim is sokat bosszankodott, hogy micsoda generáció ez a miénk, csak rohangálunk, és borzasztó zenét hallgatunk, mi lesz így belőlünk, ha felnövünk? És persze lett belőlünk valaki. Titkon azért remélem, hogy lát engem és büszke rám. És én is büszke vagyok a gyerekeimre, tanítványaimra. Mert a generációkat a fiatalkori közös kohorsz-élmények kötik össze laza szállal és ezekből az élményekből lesznek majd felnőttkorban értékek és döntések. Az én kohorsz-élményemben ott volt a nagymamám, minden jóságával és önzetlenségével. Én is ott vagyok a gyerekeimében és a tanítványaimban. Néha csak online, de ott vagyok. Együtt futva gyűjtöm a kilométereket a Dániában élő tanítványommal, együtt nevetek vagy sírok velük a posztolt képeken és videókon és minden sikerüket „lájkolom”. Vannak, voltak, lesznek generációs különbségek, ez az élet. És vannak generációkon átívelő értékek is. A lényeg az, hogy ezek az értékek benne legyenek a jövő nemzedékek kohorsz - élményei között.

A tanulmány alapja a szerző „A magyar honvédség hivatásos és szerződéses állományának, valamint a versenyszféra motiváltságának összehasonlító elemzése” című 2013-as doktori értekezése.

(1) THE FUTURES COMPANY: The Yankelovich monitor 2012. [http://thefuturescompany.com/what-we-do/us-](http://thefuturescompany.com/what-we-do/us-yankelovich-monitor)

[yankelovich-monitor](http://thefuturescompany.com/what-we-do/us-yankelovich-monitor)

(2) STEPHEY, M.: Gen-X: The ignored generation. 2008.

Time.com:<http://www.time.co/time/arts/article/0,8599,1731528,00.html>

GEN GAME MODELL - MULTIGENERÁCIÓS EGYÜTTMŰKÖDÉS FEJLESZTÉSE

Századosné Lerf Andrea

Coaching Team Kft.

lerf.andrea@coachingteam.hu

Absztrakt

Jelenleg egy munkahelyen akár öt generáció tagjai is találkozhatnak egymással, és bizony többször az eltérések kerülnek kihangosításra, ahelyett, hogy a szinergiára törekednének. Ilyenkor a kollégák nem tudnak egymással kommunikálni, elzárkóznak egymástól, nem értik meg a másikat, ami előbb-utóbb a teljesítmény, hatékonyság és eredményesség romlásához vezethet. Ezért van létjogosultsága ennek a témának vállalati környezetben is. Fontos megismerni, megérteni, elfogadni és újrakeretezni az együttműködés szabályait. A GEN GAME az első olyan generációs együttműködést fejlesztő modell, amely mentén haladva egy csoport vagy akár egy egész cég is át tudja venni ezt a szemléletet és meg tudja teremteni a szinergiát.

Kulcsszavak: generációs együttműködés, generációmenedzsment, GEN GAME modell, hatékonyság növekedése

Generációs együttműködés a fókuszban

Úgy gondolom, hogy nem új keletű az a probléma, hogy a különböző korosztályú kollégák együttműködése kihívásokat okoz. Már az ókorban is találhatunk erre vonatkozó említéseket, feljegyzéseket, hogy a fiatalok miként feszegetik a határokat. A kérdés – amit már oly sokszor feltettek nekem az elmúlt több mint 5 évben, amióta a generációkkal foglalkozom – hogy miért most került ez ennyire erősen fókuszba, mitől más a jelenlegi helyzet, mint amit elődeink is megélték, megtapasztaltak.

Erre a válasz egyrészt lehet az, hogy azért mert mi most élünk, és most van lehetőségünk kezdeni ezzel a kérdéssel valamit,

könnyíteni a helyzeten, másrészt mert a technika és a digitális világ, internet fejlődése egy olyan robbanásszerű változást hozott, ami az egyes korosztályok közötti különbségeket felhangosította, felerősítette. És mivel rendkívül felgyorsult a világunk nem is nagyon van arra idő, lehetőség, hogy erre a képre messziről, fentről szemlélve ránézzünk, hanem a hétköznapiak forgatagában küzdünk a nehézségekkel.

Az sem titok, hogy a generációs együttműködés kérdésére a mostani fiatalság (Y, Z generáció) hívta fel a figyelmet. Hiszen olyan alapvető, eddig szinte kőbevésett szabályokat, bástyákat döntenek meg, amire az idősebbek leginkább csak széttárják a kezüket, nem értenek, és valljuk be nehezebbre is esik elfogadni ezeket. Elegendő, ha csak a korhoz, tisztelethez való viszonyulást nézzük, a tanulás irányát és mélységét, a kommunikációs csatornák használatát és minőségét, stb. Ezen felül jópár olyan jelenséggel találjuk szembe magunkkal, ami korábban csak nagyon érintőlegesen volt jelen, mint például a fordított szocializáció fogalma: a fiatalabb tanítja például eszközhasználatra az idősebb rokonait, hogy tudják tartani a kapcsolatot.

És itt el is érkeztünk egy nagyon fontos kérdéshez: csak akkor tud megvalósulni a közeledés a különböző generációhoz tartozó egyének között, ha megvan bennük a nyitottság egymás felé. Nagyon fontos, hogy ismerjük meg egymást, értsük meg, tanuljuk meg hogyan tudjuk közösen kihozni, akár egymásból is a legjobbat, és az új keretek, szabályok mentén induljon el az együttműködés immár magasabb szintje.

Ez a négy legfontosabb pillére a GEN GAME modellnek, amely lépésein végighaladva elérhető, akár munkahelyi, akár magán szférában az együttműködés fejlődése.

A modell megszületését több évig tartó kutató és tapasztalati munka előzte meg, tudás és inspiráció gyűjtése hazai és nemzetközi forrásokból.

GEN GAME modell

A GEN GAME egy mozaikszó, melynek jelentése arra utal, hogy ez tulajdonképpen különböző korosztályú kollégák közös játéka, amely során szinte észrevétlenül megismerik egymást és meg tud valósulni az az összhang, amely a hatékony és eredményes munkavégzéshez szükséges.

Miért is fontos a játék?

Egy szingapúri kísérlet során bebizonyosodott, hogy az egyik olyan közös tevékenység, amely a legidősebb és legfiatalabb résztvevőt is egyaránt be tudta vonni, az a közös játék volt. A játéknak megvan az a sajátos tulajdonsága, hogy bár sokszor csak szimbolikusan, mindannyian leülünk törökülésbe a földre és újra élvezzük a játék élményét, újra előhívja a kísérletező, kíváncsi, nyitott énünket kortól és nemtől függetlenül.

Erre építve sokkal könnyebben átadható az a tudás, az a tapasztalás, amely szükséges ahhoz, hogy megértsünk egy-egy akár nehezebb témát is.

A generációs megismerésben éppen ezért gondolom, hogy különösen helye van a játéknak, amely egy közös hívó szó lehet a különböző korosztályoknak, amely meg tudja teremteni az egyenlőséget és amelyben bátrabban, nyitottabban meg tud mutatkozni minden generációnak a sajátosságai: erősségei és bizony a nehézségei, korlátai is.

Valamint ez a téma tipikusan egy olyan kérdés, amelyhez egy jó előadás, vagy tréning csupán a szemeket tudja felnyitni, egy indító löketet adhat (megjegyzem sokszor már ez sem kevés), de ahhoz, hogy bármilyen konkrét változás beinduljon, ahhoz ennél több kell. Fontos, hogy a résztvevők valóban a saját bőrükön érezzék a kihívásokat. Amikor belekerülnek azokba a tipikus helyzetekbe, amelyekben bizony nagy valószínűséggel konfliktust okozhat a különbözőség, ott ismerjék fel, hogy ez most az a szituáció, ami bizony távolíthatna egymástól. Az elsajátított tudással a fejükben, azonban már bevillanhat, hogy az egyes generációhoz tartozókra mi hatott, ki miként szocializálódott, ki miként van jelen egy-egy helyzetben. Bizony már képesek nyakon csípni magukat, hogy inkább az

elfogadás, és a helyzet pozitív kimenete felé haladás kerüljön a motiváció középpontjába.

Mi szükséges ehhez?

Alapvetően: nyitottság, befogadókészség, bátorság, elköteleződés, elfogadás.

Egy munkahelyi környezetben a vezetői támogatás feltétlenül szükséges, sőt szerencsés esetben a programon való részvétel is, hiszen az eredmény akkor tud igazán megmutatkozni és tartósan megmaradni, ha ehhez ez a fajta támogatás és bevonódás jelen van.

A generációs együttműködésnek a vállalati kultúrához is szoros köze van, és mindenképpen hatnak egymásra. Egy olyan szervezetben sokkal könnyebben meg tud valósulni ez, ahol elve az egymásra figyelés, az elfogadó légkör meg tud jelenni, ahol a hibakultúra megengedőbb, ahol tere és lehetősége van az egymástól való tanulásnak, és ahol nyitottak az újabb, kreatívabb megközelítések felé.

GEN GAME modell bemutatása

A korábban említett négy fő bástya (megismerés, megértés és elfogadás, újrakeretezés, magasabb szintű együttműködés) mentén halad a modell is, egyes elemeit egy kicsit jobban szétbontva. Íme a modell egyes lépései:

G - górcső

E - elindulás

N – nézzük! megismerés

G – generációs elfogadás

A – akadálymentes kommunikáció

M – mindennapok gyakorlata játékosan

E – együtt hatékonyan

Fontosnak tartom az egyes szakaszok bővebb kibontását is, annak érdekében, hogy pontosabb képet kapjunk arról, hogy az egyes fázisokban melyek a legfontosabb lépések, minek is kell megvalósulnia ahhoz, hogy a végére valóban elérhessük a magasabb szintű együttműködést.

GEN GAME modell

Lerf Andrea

generációs együttműködés fejlesztése



Górcső

helyzetfeltárás:
meglévő adatok és
felmérés segítségével



Elindulás

kick off
meeting a
résztevőkkel
1,5 óra



Nézzük! Megismerés

generációs alapozó
tréningnap



Mindennapok gyakorlata játékosan

6 hetes Practify
online
utánkövetés



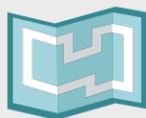
Akadálymentes kommunikáció

generációs
kommunikációs és
konfliktuskezelési
tréningnap



Generációs elfogadás

6 hetes Practify
online
utánkövetés



Együtt hatékonyan!

együttműködési
szabályok
lefejtetése,
akciótervek
4 órás tréning



6 hetes Practify
online
utánkövetés



Sikerszüret
záró 1,5 óra



Górcső: helyzetfeltáró szakasz

Nagyon fontosnak tartom, hogy mielőtt bármilyen fejlesztésbe belevágunk nézzünk alaposan körül. Tudjuk meg, hogy valóban mi a helyzet, mit tudunk a szervezetről, a problémáról, miért került fókuszba a fejlesztés, mi az a kívánt állapot, amelyet szeretnénk ezzel elérni, hol vannak azok a pontok, ahol a fejlesztés után látszódnia kell az előrelépésnek, hol vannak azok a helyek, amelyekre mi

ndenképpen érdemes fókuszálni, mi az ami jól működik, és mi az, ami fejlesztésre szorul, stb.. Sokszor lehet a téma ugyanaz különböző szervezeteknél, a mögötte fekvő valódi igény viszont különbözhet egymástól. Ezért sokkal eredményesebb fejlesztés valósítható meg, ha az elején nem spóroljuk le ezt a munkát. Alapvetően kétféle adatból tudunk dolgozni.

szekunder fázis: az elérhető adatok alapján az alaphelyzet feltárása, elemzése a szakértő által (vizsgált tényezők pl.: átlagéletkor, korfa több szintes bontásban, fluktuáció, exit interjúk eredményei, munkahelyi elégedettségi felmérések eredményei, stb.)

primer fázis: a generációs kérdőív végigfuttatása az érintett csapattal (érdemes lehet akár az egész cégre megnézni, és akár ahhoz is lehet viszonyítani a csapat eredményeit nemcsak az országos átlaghoz). Coaching Team 2014-ben végzett egy több mint 700 fős mintás, online felmérést, amelynek a három fő fókuszpontja az együttműködés, a tisztelet és a bizalom volt. Az összehasonlítás eredményeképpen megállapítható, hogy hol vannak azok a területek, amelyekre mindenképpen érdemes jobban odafigyelni a fejlesztés alatt is.

Elindulás: egy alapozó – képbehozó alkalom, amikor a résztvevők megismerhetik a programot, a trénereket, egymást, a rendszert, lehetőségük van kérdéseket feltenni. Kaphatnak ízelítőt a feltáró szakaszok eredményeiről (azokról, amelyek a fejlesztés szempontjából érintik őket és fontos velük

megosztani). Mivel egy hosszabb fejlesztési folyamatról van szó, ami valóban akkor tudja elérni célját, ha a résztvevők aktivitása végig jelen van, ezért érdemes ezt az alkalmat valóban arra áldozni, hogy megértsék, hogy miért van erre szükség, mindenki megkapja a számára fontos választ, hogy neki személy szerint miért is éri meg belemenni a fejlesztésbe, mit kaphat a folyamattól. A képzést vezető hitelességét is itt tudja megalapozni, illetve a téma fontosságát. Általánosságban generációkról beszélünk, mégis ez egy nagyon személyes téma, amelyben mindenki érintett, éppen ezért a bizalom felépítése az első perctől elkezdődik és folyamatosan figyelnie kell erre a szakembereknek.

Nézzük! Megismerés: interaktív, kreatív formában az egyes generációk jellemzőinek megismerése, különböző generációs szemüvegeken keresztül megnézni a világot. Sokat jelent sikeresség szempontjából, ha nem csak a száraz elméletet kapják meg a résztvevők, egy-egy generációnak a tankönyvszerű bemutatását, hanem minél több érzékszervvel, minél színeesebb formában tapasztalják meg ezeket. Tapasztalataim szerint már ezzel az egy nappal érkezhettek „aha” élmények. Felszínre és kimondásra tudnak kerülni olyan gondolatok, mint például: a 30 év alatti korosztály nem is ismeri azt a kifejezést, hogy „kulcsos gyerek” – amit a mai negyvenötven évesek általában kikerekedett szemmel szoktak tudomásul venni. A közös alkotás, a közös munka és a több irányból érkező ingerek segítségével nagyon szemlétesen és érzékletesen össze lehet gyűjteni az egyes generációk jellemzőit, és szépen megjelennek a percepciók, a nehézségek. A feladatok kinyitják azokat a párbeszédeteket, amelyek valószínűleg a hétköznapi munkakörnyezetben sosem történtek volna meg. Lehetőségük van a résztvevőknek kihangosítani egy-egy generáció erényét, és bizony szép tükröt is kaphatnak egymástól a különböző korcsoportokhoz tartozó egyének. Ennek a napnak az is a feladata, hogy minden résztvevő megérezze, hogy valóban helye van ennek a témának, fontos foglalkozni vele, és kap egy saját tükröt

is, hogy mit látott/gondolt jól a másikról, és melyek azok a területek, amelyeknél a valóság eltérő, árnyaltabb. Mivel a következő fázis egy online platform segítségével valósul meg, ezért fontos, hogy a bevonódásban, elkötelezettség szintje magas szinten záródjon a tréningnap végén.

Generációs elfogadás: arra már korábban is utaltam, hogy a generációs témakörrel kapcsolatban a megszerzett tudás hétköznapi gyakorlatba való átültetésének kiemelkedő jelentősége van. Viszont egyre inkább érződik a munkáltatóknak azon elvárása, hogy egy-egy képzés minél kevesebb időre szakítsa ki a kollégákat a munkából. Ezért jó megoldás erre egy olyan online alapokon működő rendszer – amit jelen esetben a Practify utánkövető program biztosít számunkra – amely segít megélési helyzeteket teremteni, illetve azokat lereagálni, ennek következtében duális platformon dolgozva folyik tovább a tanulás. A feladatokat egy online rendszeren keresztül kapják a résztvevők, és itt is osszák meg a tapasztalataikat egymással, azonban ezek többsége tartalmaz olyan kihívásokat is, amelyeket offline térben kell megoldaniuk. Ez egy nagyon jó lehetőség arra, hogy a képzés kulcsüzenetei minél jobban beépüljenek. A feladatok többsége igyekszik a másik székébe átültetni a résztvevőket, ezáltal is további tapasztalatokat tudnak gyűjteni, növekszik az önismeretük. Kipróbálhatják magukat, hogy miként reagálnak különböző helyzetekre, és tovább mélyül a generációs tudásuk is. Mivel úgy tudjuk hatékonyan megismerni egymást, ha közösen teszünk bizonyos dolgokat, így megvalósul, hogy a résztvevők jobban figyelnek egymásra, több időt töltenek együtt (még akkor is, ha ez lehet, hogy időben és térben elkülönül az online felületnek köszönhetően, azaz mindezt úgy teszik, hogy közben a résztvevők időbeosztásához is könnyebben illeszkedik). A tapasztalatokat, egyéni tanulások megosztását pedig külön díjazza a felület, ami a játékosítással átszőtt tér, hiszen egy társasjátékszerű táblán haladnak a résztvevők, a teljesített feladatokért pontokat gyűjthetnek, sőt egyes kihívásokért akár

extra kitűntetéseket is. A kihívások mértéke, nehézségi foka változik. Az biztos, hogy a tanulást egy olyan élmény alapra helyezi, ami hosszabb ideig megmarad, emlékezetesebb lesz.

Akadálymentes kommunikáció: a generációs különbségek a kommunikációban markánsan meg tudnak jelenni. Sokat segíthet akár a megfelelő csatornaválasztás, vagy akár a megfogalmazás is. Éppen ezért érdemes erre illetve a már meglévő, vagy potenciálisan jelentkezhető konfliktushelyzetekre szánni egy napot, amikor nagyon gyakorlatorientáltan a résztvevők tipikus konfliktushelyzetek generációk között, és annak megoldási lehetőségei.

Mindennapok gyakorlata játékosan: az eddig megtanult és megtapasztalt információk tudatosítása, gyakorlatbeli alkalmazása, jó szokások feltérképezése, összegyűjtése a feladata ennek a szakasznak. Hasonló módon, mint a generációs elfogadás fázis, ez is az online utánkövető rendszer keretein belül tud megvalósulni. Nagyon fontos része a folyamatnak, hogy egészen on-the-job szinten meg tudjanak jelenni a program fontos tanulságai, és az egyes szervezetek saját maguk, a kultúrájukhoz igazítva találják meg a jó gyakorlataikat.

Együtt hatékonyan: szakasz több részt ölel fel, egyrészt egy olyan rövid és nagyon fókuszált alkalmat, amikor a résztvevők lefektetik a közös együttműködési szabályait, kijelölik a közös utat, hozzáteszik a motivációs eszközöket, lehetőségeket, és akciótervet állítanak fel maguknak. A terv megvalósításánál szintén célszerű igénybe venni az online utánkövetést, amely akár további 6 hétig nyomon követi és támogatja a megvalósulást. A teljes program mindezek után egy 1,5 órás sikerszürettel zárul, ahol megoszthatják egymással a résztvevők a sikertörténeteiket, ránézzük arra együtt, hogy milyen eredményekkel zárult a program, honnan hova jutotta a csapat.

Ahogy végimentünk a lépéseken az érződik, hogy ez bizony nem egy rövid folyamat. Maga a teljes program kb. 20 hét alatt tud megvalósulni, ami akár túl hosszúnak is tűnhet. Azonban szemléletváltást viszünk végbe, amely igényli az időt, és igényli azt a folyamatos, de nem mindig közvetlen támogatást, amit ez a rendszer meg tud adni. Steven Covey modellje alapján tudjuk, hogy ha a szemléletváltás bekövetkezik, akkor a viselkedés is változni fog, és annak eredményére is kihat, amely akár meg tudja erősíteni a szemléletünket. Ezért is tartom fontosnak, hogy bár időben elnyújtott folyamat zajlik, a munkából mégis csupán 2,5 napra kell kiemelni a résztvevőket, illetve a nyitó és a záró alkalomra 1,5-1,5 órát.

Számos szervezet néz azzal szemben, hogy egyre nehezebb nemcsak bevonzani, hanem megtartani az ifjú kollégákat. Azt gondolom, hogy ha sikerül kialakítani egy szervezetben a generációs szinergiát, és megérzi a fiatal ennek hatását, akkor ez segíthet a megtartásban. Számukra nagyon fontos, hogy élvezzék, amit tesznek, és szívesen legyenek a munkahelyükön, jó légkör vegye körül őket. Ez a program ebben úgy tud segíteni, hogy közben a többi generáció tagjai is fejlődnek, megérik egymásra utaltságukat és elfogadják, hogy együtt többre képesek, mint külön-külön.

Természetesen nem gondolom, hogy a GEN GAME csodamódszer és minden problémára megoldást hoz. Ezért is fontos az elején a megfelelő feltérképezés, hogy látható legyen, hogy mi kerüljön valóban a fókuszba, és hogy mely területnek érdekes kihangosodnia a folyamat során, vagy egyáltalán ez-e az a módszer, amire valóban szüksége van a szervezetnek



Kultúra

DIGITÁLIS MINDENNAPOK EGY KÖNYVTÁR ÉLETÉBEN – INNOVATÍV MÓDSZEREK A FIATALOK OLVASÓVÁ NEVELÉSE, VALAMINT AZ ÉLETHOSSZIG TARTÓ TANULÁS TERÜLETÉN

Istók Anna

Gödöllői Városi Könyvtár és Információs Központ
istoka@gvik.hu

Absztrakt

A digitális korban a könyvtárak szerepe is megváltozott. Az informatikus könyvtári szakemberek előtt álló kihívás lényege: megfelelni a használók igényeinek. Az élethosszig tartó tanulás, a szabadidő kulturált eltöltése, az e-dokumentumokhoz való hozzáférés igénye arra készítette a könyvtárakat, hogy kibővítsék szolgáltatásait, illetve a felhasználókkal való kapcsolattartásban, a hagyományos könyvtári és modern, információs szolgáltatások fejlesztésében felhasználják maguk is a digitális és közösségi web2.0 eszközöket. A Gödöllői Városi Könyvtár a digitális kihívásokra kreatív módszerekkel, innovatív gondolkodással és minőségi szemlélettel válaszol.

Kulcsszavak: könyvtár, web2.0, információs szolgáltatások, olvasás, digitális eszközök, élethosszig tartó tanulás, kreativitás, innováció

Bevezetés

A Gödöllői Városi Könyvtár és Információs Központ (a továbbiakban GVKIK) 2014-ben, elsőként a hazai települési könyvtárak közül, Minősített Könyvtári Címet pályázott meg és nyert el. A minőségirányítási szemlélet a szervezet minden munkafolyamatában szervező erő, az alapvetően a TQM-re épülő rendszerünkről, tapasztalatainkról 2016-ban készül módszertani kiadvány. A minőségi szemlélet az intézmény stratégiájában is tetten érhető, a GVKIK vezetése és munkatársai elkötelezettek abban, hogy a polgárok és a

közösségek számára korszerű és minőségi szolgáltatást nyújtsanak. A szolgáltatások és a gyűjtemény szervezése használó központúságra épül, a könyvtár rendszeresen felméri a helyi használói igényeket és aszerint alakítja szolgáltatásait és a könyvtári állományt.

A GVKIK stratégiájában megfogalmazott hármas cél szerint intézményünk a hagyományos könyvtári szolgáltatásokat, az információs szolgáltatásokat nyújtja látogatóinak, miközben közösségi térként is funkcionál. Az információs társadalom egyik alapintézménye a könyvtári rendszer, amelyen keresztül az információk szabadon, bárki számára hozzáférhetőek. A könyvtári szolgáltatások igénybevétele állampolgári jog, és az állampolgárok érdekeit szolgálja. A könyvtárnak minden esetben ennek az elvárásnak kell megfelelnie.

A könyvtárban meglevő dokumentum és információs vagyon megőrzése, ennek fejlesztése, gyarapítása, a korlátlan hozzáférés biztosítása alapvető feladatunk. Mindezt korszerű körülmények között, megfelelő informatikai háttérrel és jól képzett munkatársakkal látjuk el. Az információhoz való hozzáférést a könyvtári rendszer részeként, minőségi információ szolgáltatások igénybevételével, s azok közvetítésével végezzük.

Könyvtárunk ezen kívül az olvasásfejlesztés, olvasás népszerűsítés intézménye. A könyvtárhasználat során az önálló tájékozódást, a minőségi információkeresés technikájának elsajátítását, a digitális írástudás fejlesztését, az információs műveltség megszerzését segítjük elő.

A könyvtár munkatársai megfelelő képzettséggel, kompetenciával rendelkeznek, támogatják az olvasókat az egész életen át tartó tanulás folyamatában. Munkájukat magas színvonalon végzik.

És végül a könyvtárunk közösségi tér is, az intézményhez kötődő kiscsoportok számára a közösségi élet megélésének színtere. A könyvtár szellemiségéhez közelálló civil szervezetek számára együttműködési megállapodás, vagy szerződés keretében a programok helyszínét biztosítjuk.

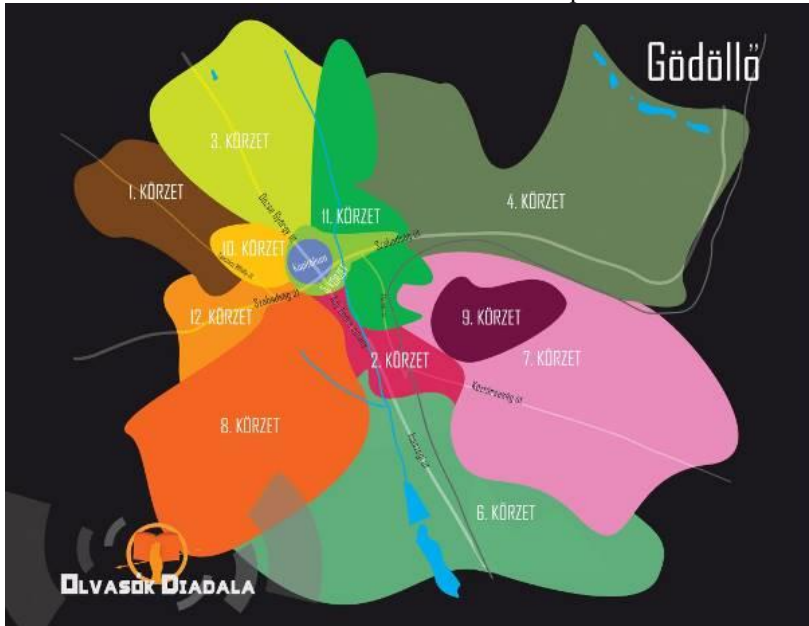
A fenti stratégiai célok a GVKIK mindennapjaiba szervesen beépültek, a működés során a különböző korosztályok számára kínálunk szolgáltatásokat oly módon, hogy minél inkább kiaknázzuk a digitális kor nyújtotta előnyöket. Módszereinkben igyekszünk innovatívak lenni és a hagyományos szolgáltatások népszerűsítésében is felhasználjuk a modern technika vívmányait. Célunk ezzel kettős: egyfelől kihasználjuk a digitalizált kor nyújtotta eszközök előnyeit, a web2.0 lehetőségeket, másrészt igyekszünk az olvasók, látogatók digitális kompetenciáját is növelni. Írásomban különböző munkafolyamatokon, illetve nagyobb projekteken keresztül mutatom be, milyen módon igyekszünk elérhetővé tenni a tanulás, olvasás, információszerzés lehetőségeit a különböző korosztályoknak és hogyan használjuk a web2.0 eszközöket céljaink elérésében.

Olvasásfejlesztés – Olvasók diadala

Noha a GVKIK minden korcsoportban végez olvasásfejlesztési tevékenységet, az általános és középiskolás csoportokra kiemelt hangsúlyt fektet. Könyvtári órákat, ismeretterjesztő előadásokat, kulturális programokat, szakköröket, író-olvasó találkozókat szervez a gyerekkönyvtár és évente olvasóvetélkedőket. Ezek sikere mindig nagy, a korábbi évek alatt kialakult partneri kapcsolatoknak köszönhetően, az iskolák, pedagógusok hasznos partnerei a GVKIK munkatársainak.

2015-ben egy több hónapon át tartó olvasóvetélkedőt szerveztünk 12-17 éves fiatalok számára. Célunk az volt, hogy ennek a korosztálynak oly módon kínáljunk olvasnivalót és játékot, hogy közben fejlesszük a digitális, kulturális kompetenciájukat, növeljük kreativitásukat és kifejezőképességüket és segítsük őket az önálló tanulás elsajátításában. A komplex célok mellett további lényeges szempont volt a projekt fenntarthatósága, az utóélete, ennek kapcsán a disszeminációja, a széleskörű ismertség megszerzése.

1. ábra: Az Olvasók Diadalának virtuális térképe a 12 körzettel



Gödöllőn 2015-ben a Művészetek Kertje tematikus év programjához csatlakozott a projektünk, ez adta az ötletet a könyvtáros csapatnak, hogy a vetélkedő egyes elemei kötődjenek a természethez. Így végül egy olyan játék jött létre, ahol a feladatokat a versenyzők némi természetjárás, túrázás után tudták csak megszerezni. A játék kerettörténetét Suzanne Collins: Éhezők viadala c. regénye adta, mely az érintett korosztály körében nagy népszerűségnek örvendett. Gödöllőt felosztottuk 12 körzetre és minden területen kiválasztottunk egy turisztikai, vagy természeti látványosságot, pl. Szerelmesek fája az Egyetemi Arborétumban, Szabadtéri színpad az Alsóparkban. A területről egy információs táblát készítettünk és egy QR kódot is elhelyeztünk rajta, melyet beolvasva a fiatalok hozzájuthattak a feladathoz. Az izgalmat fokozta, hogy a pontos helyszínt nem ismerték, egy térképet és GPS koordinátákat kaptak, ami alapján meg kellett keresniük a táblákat.

2. ábra: A 2. számú körzet információs táblája a gödöllői mászófánál
(Chopin Zeneiskola, Alsópark)



A vetélkedő során a 3 fős fiatalokból álló csapatoknak a 12 helyszínről 12 könyvlistából kellett egy-egy könyvet választaniuk és azt elolvasniuk, majd megadott szempontok szerint feldolgozniuk. Összesen több mint 200 könyvet olvastak el és értékelték, majd ezeket feltöltötték az erre a célra kifejlesztett honlapra. <http://www.gvkik.hu/olvasokdiadala/> Az 5 hónapon át tartó vetélkedő során voltak részeredmények, bizonyos feladatokat határidőre kellett teljesíteniük. Az elolvasott könyvekhez tetszés szerint kreatív feladatot kellett készíteniük:

- Facebook profilt készíteni az egyik regény szereplőjéről és ezt a profilt aktívan tartani a játék folyamán
- beöltözhetnek a csapattagok a z olvasott regény hőseinek, erről fotót kellett feltölteniük a honlapra
- Sms-ben lehetett összefoglalni a regény történetét vagy
- videót tölthettek fel a körzet megtalálásáról.

A vetélkedő mindenben igyekezett az eredeti könyv vonásait megtartani, így egy látványos Nyitódíadallal kezdődött, melynek során a bőségszaru tartalmát megkapták a játékosok és részt vehettek egy igazi kiképzésen. A Kapitólíum is megjelent, mint 13. körzet, aki határidőn belül teljesítette a feladatokat, eljuthatott a Kapitólíumba, azaz a könyvtárba, ahonnan már tetszés szerint választhatott olvasnivalót és további plusz pontokat szerezhettek. A játék vége egy győzedelmi körúttal zárult: a könyvtárosok egy limuzint béreltek és közösen végigjárták a helyszíneket és természetesen kiosztották a nyereményeket is.

Az alábbiakban három kreatív feladat megoldást mutatunk be: az első E. B. White: Malac a pácban regényéhez készült Facebook oldal, a második Bódis Kriszta: Carlo Párizsban főszereplőjéről készült fénykép és az utolsó fotó egy élménylapot mutat be, melyet minden könyvhöz el kellett készíteniük és feltölteniük a játékosoknak.

3. ábra: E. B. White: Malac a pácban regényéhez készült Facebook oldal



4. ábra: Bódis Kriszta: Carlo Párizsban főszereplőjéről készült fénykép



5. ábra: Élménylap, melyet minden könyvhöz el kellett készíteniük a csapatoknak

Porcelán hercegnők / élménylap

Szerelem: 4 empty circles

Barátság: 4 filled circles

Erőszak: 4 empty circles

Izgalom: 4 empty circles

Mindennapi történet: 4 empty circles

Varázslatos történet: 4 empty circles

Eigondolkodtató történet: 4 empty circles

Nevettem rajta: 4 empty circles

Sírtam rajta: 4 empty circles

Tetszett: 4 filled circles

Azért volt jó olvasni, mert...

Mert megtudtam mikkel járnak különböző rákos betegségek, megtudtam milyen elveszíteni egy számunkra nagyon közel álló embert. Most már megértem azokat az embereket, akik ilyen betegségben szenvednek.

Lennék / nem lennék a regényben főhős, mert...

Nem lennék, mert nem tudom, hogy viselném szerelmem elvesztését, a rákot, és hogy a többi ember mennyi sajnálattal néz rám. Lennék, mert megtudhatom, milyen egy olyan kapcsolat, amiről nem tudjuk meddig tart és minden pillanatát megélni.

Annak ajánlom, aki...

Aki erős idegzetű, szereti a romantikus regényeket. Aki szeret megható, kicsit depressziós, de szívhez szóló, kicsit siratós könyveket. Lányoknak ajánlom inkább

Ne olvassa el, aki...

Nem akar szomorú, romantikus, szívszorító, való életben is gyakran megtörténhető történetről olvasni.

Porcelán hercegnők / kreatív feladatok

Facebook link

Összefoglalás SMS-ben: Augustus és Hazel komoly betegségekben szenvednek. Az egyik betegség a rák, amely gyógyítható. Valamint a szerelemben. Augustus és Hazel sok komoly dolgon megy keresztül. Vajon sikerül legyőzniük betegségeiket?

A játék során a könyvtár munkatársai igyekeztek minden eszközt felhasználni arra, hogy közel vigyék az olvasás élményét az adott korosztályhoz. Mivel a mai 12-17 éves kiskamasz, kamasz gyerekek már nem csak beleszülettek a

digitális technológiába, de tanulási, olvasási szokásaik is igazodnak a kommunikációs eszközök, az internet mindenhatóságához és gyorsaságához, meg kellett találnunk nekünk is azokat az eszközöket, melyekben ők otthonosan mozognak. Azokat az eszközöket kellett a feladatok során használniuk, melyeket ők szórakozás céljából mindennap használnak: okostelefon, közösségi oldalak, videó megosztó oldalak, stb. A játék és a versengés izgalma ugyanakkor hajtotta őket, hogy el is olvassák ezeket a könyveket, sőt kreatívan továbbgondolják, saját szavaikkal megfogalmazzák, újraértelmezzék és ajánlják azokat. A vetélkedés során kifejezetten figyeltünk arra, hogy ne magányos játék legyen, közösségi alkalmakat szerveztünk, közös kirándulást és mindig arra ösztönöztük őket, hogy csapatban dolgozzanak.

Olvasásnépszerűsítés

A könyvtáros munka egyik fontos eleme az olvasásfejlesztés mellett az olvasás népszerűsítése. Míg a fejlesztési munka célzottan történik, egy-egy kiemelt csoportra, addig a népszerűsítés egy általánosabb tevékenység, mely áthatja a mindennapi munkát és egyszerre nagyobb közönségnek is szól. Az egyik legújabb olvasás népszerűsítési projekt a GVKIK-ban a Könyvsú-go interaktív könyvválasztó honlap felépítése és elindítása volt.

Ahogy arról az előző részben volt szó, az Olvasók Diadala vetélkedő kitalálásakor az egyik fő szempont az volt, hogy a projekt disszeminációja, fenntarthatósága megoldható legyen. A vetélkedő során a fiatalok létrehoztak egy nagyon értékes adatbázist, mely tartalmazta azt a több mint 200 könyvet, melyet elolvastak, értékelték, ajánlottak és feldolgoztak. A projekt minél szélesebb körben való megismertetése és az adatbázis további hasznosítása már 2016 feladata volt. A könyvtáros csapat egy fiataloknak szóló interaktív könyvválasztó honlapot épített fel az Olvasók Diadala adataiból Könyvsú-go névvel.

6. ábra: A könyvsú-go honlap nyitóoldala



Az oldal egyszerűen használható, a bal oldali menüsor tartalmazza az ifjúsági könyvek műfaj szerinti besorolását, de nem a hagyományos módon. A könyvcímekből vett menüpontok a fiatalok érdeklődési körének megfelelő műfajokat kínálnak: az Alkonyat a misztikus romantikus könyveket, Az élet játéka a felnőtté válás történeteit tartalmazza és így tovább. A jobb oldali menüpontokon az olvasó kiválaszthatja, mely érzelmeket szeret egy könyvben: barátság, szerelem, izgalom, erőszak, humor, stb. A besorolást az Olvasók diadala során feldolgozott értékelésekből állítottuk össze, kissé egyszerűsítve az adathalmazt.

A kapott találatokra klikkelve megjelenik a könyv leírása és a diákok részletes ajánlója.

A honlap nagy előnye, hogy maguk a fiatalok ajánlanak, (vagy nem ajánlanak, ha nekik sem tetszett) olvasnivalót társaiknak. A honlap folyamatosan bővül önkéntes közösségi szolgálatot végző középiskolás diákok segítségével, de 2017 végére bárki számára elérhető lesz, hogy saját maga is bővíthesse az adatbázist.

Az Olvasók Diadala és a Könyvsú-go hihetetlen karriert fut be hazánkban. A játék pozitív visszhangra talált a szakmai sajtóban is, a 2016-os könyvtáros vándorgyűlésen előadásra kértek fel minket a digitális vetélkedőink bemutatása kapcsán. Az egri Bródy Sándor Megyei Könyvtár az Olvasók Diadala játékot alapul véve indította el 2015 őszén a Nagy Könyves Beavatást. 2016-ban pedig a két könyvtár közös összefogásával országos méretűvé vált egy hasonló alapokon nyugvó, olvasásnépszerűsítő, digitális játék, hasonló címmel. Az országos játék során elolvasott könyvek adatai szintén a Könyvsú-go adatbázisát gyarapítják, így hamarosan közel 400 kötet lesz elérhető az oldalon.

Felnőtt olvasásfejlesztés

A GVKIK olvasásfejlesztési tevékenysége nem csak a fiatalabb korosztályra koncentrálódik, több, felnőtteknek szóló szolgáltatásunk is van. Az Olvasók Diadala kapcsán merült fel az igény a látogatókban egy olyan digitális vetélkedő megszervezésére, mely nem csak a fiatal korosztálynak szól. Így került sor a 10 kicsi pelikán játékra 2016-ban, melyen a gyerek, kamasz és felnőtt olvasók közösen vettek részt.

10 kicsi pelikán

A digitális, városismereti vetélkedő a tematikus évek programsorozatába illeszkedik, melyet 2016-ban valósítottunk meg Gödöllő várossá válásának 50. évfordulója alkalmából. Az alap elképzelés az volt, hogy olyan családi játékot szervezzünk, melynek során a vetélkedők új ismereteket szerezhetnek a régi

Gödöllőről, valamint fejleszthetik digitális kompetenciájukat is. A múzeumi gyakorlatban elterjedt storytelling módszert kívántuk alkalmazni, vagyis a hagyományos, feladatok megoldásával járó vetélkedő helyett a történetmesélésre koncentráltunk, igyekeztünk a játékosokat minél inkább bevonni. A feladatok megoldásához személyes élményeiket kellett felhasználniuk, nagyfokú kreativitást és interaktivitást kívánt tőlük a játék, melyben természetesen igen nagy segítségükre voltak a különböző digitális eszközök.

A végeredmény egy olyan változat lett, ami félúton van a szabadulós játékok és nyomozós vacsorák között, és ami a legfontosabb: a vetélkedő során a csoportok nem csak különleges ismereteket szereztek városukról, hanem ők maguk is gyarapították, színesítették Gödöllő turisztikai, kulturális, gasztronómiai és helytörténeti palettáját.

A játék alapötlete az volt, hogy a csapatok a játék során fejtsék meg, vajon mit keres Gödöllő (és egyébként sok más hazai város) címerében a pelikán. A hivatalos válasz, miszerint a pelikán, mint az önfeláldozás jelképe azért kerülhetett a város címerébe, mert Gödöllő régi református település, és a kicsinyeit vérével tápláló pelikán a 12. század óta a legkedveltebb Krisztus szimbólumok egyike, elég unalmasan hangzik és nem elégített ki minket. És írtunk egy legendát, melyben egy sokkal hihetőbb, meghatóbb és nem mellékesen, marketing szempontból sokkal eladhatóbb magyarázatot adtunk arra, miért van Gödöllő címerében a pelikán, és mit keres a város egyik legrégebbi épületének, a Hamvay-kúriának udvarán szobor képében.

A játékosok feladata a két hónapig tartó vetélkedő során az volt, hogy a legenda részleteit megszerezzék tőlünk, könyvtárosoktól. Ehhez tíz feladatot kellett megoldaniuk, melyek során például megtudhatták, hogy mely hazai és külföldi mozifilmek helyszínül szolgált Gödöllő. (Hukkle, Au pair, Mata Hari, hogy csak párat említsünk). A filmekből kivágott részletek alapján fel kellett ismerni a helyszínt és lefotózniuk mai állapotukban, majd egy montázst készíteni és azt feltölteni a 10 kicsi pelikán honlapjára. A játék során kellett még gödöllői

családfákat és hozzá tartozó címereket készíteni kézműves vagy digitális technikával, évtizedes szlogeneket gyártani, vagy Gödöllő like videófilmet készíteni. Ezen kívül volt még sport totó, interjúkészítés és éjszakai irodalmi túra is a palettán.

7. ábra: Fotomontázs Gödöllő filmes helyszíneiről



A legnépszerűbb feladatok egyike a gödöllői receptek megálmodása volt. A könyvtárosok azt kérték a csapatoktól, szabad asszociáció révén találjanak ki gödöllői ételeket, melyek alapanyaga, ízvilága, megjelenése köthető városunkhoz. Így született meg többek között a Gödöllei Dödölle, a Gödöllői Royal Pizza, a Pelikánfészek saláta, a Besnyői bőségtál, a Pelikán kedvence harcsapaprikás, a gödöllői Sick cat koktél, az Ibolyakehely és számos gödöllői sütemény, torta. A csapatok a recepteket nemcsak kitalálták, hanem a játék során megfőzték, lefényképezték és kóstolót is küldtek a zsűriző könyvtárosoknak.

8. ábra: A gödöllői Ibolya kehely



A játék lényege Gödöllő ellegendásítása volt, és ez nem csak azt jelentette, hogy a tizedik feladat végére minden csapat megismerhette a gödöllői Pelikán igazi legendáját. A csapatoknak maguknak is kellett kitalálni és írni a városunkhoz köthető legendákat. A kreativitás és fantázia nem ismert határokat, a játékosok lelkesen kutatták Gödöllő múlt- és jelenbeli furcsaságait, rejtélyeit, és írtak hozzá olyan történeteket, melyeket úgy véljük, a turistáknak fognak mesélni pár év múlva az idegenvezetők. A városunkba látogató külföldi és belföldi vendégek így megtudhatják majd, mi az oka annak, hogy Gödöllő főterén csak nagy ritkán szólal meg a békegong, hogy miért van az Erzsébet parkban napernyő Sisi kezében, vajon hány titkos emelete van a Királyi Várónak és titkos alagútja a Grassalkovich kastélynak. És persze az sem marad titokban, hogy a sikeres vizsga érdekében a gödöllői egyetemisták milyen rituálét végeznek, vagy hogy kik is azok a burrétok, és hol a bánatban van Gödöllőn a bánat fája.

A fentiekből is látszik, hogy a vetélkedő során a játékosoknak sokrétű hozzáértést, képességet igénylő feladatokat kellett teljesíteniük, a kreativitás, képesség és a digitális jártasság

nagyon fontos volt, és mi könyvtárosok minden segítséget megadtunk ehhez. A vetélkedőt még izgalmasabbá tette, hogy egy külön wordpress alapú honlapot hoztunk létre, ahova a csapatok folyamatosan töltötték fel megoldásaikat és így akár egymás ötleteiből is tudtak meríteni.
<http://www.gvik.hu/10kicsipelikan/>

9. ábra: A 10 kicsi pelikán honlap nyitóoldala



A játékot 23 csapat kezdte el, végül 16 csapat tudta mind a 10 feladatot teljesíteni. Összesen 62 fő, ebből 34 gyerek ünnepelte velünk a végső győzelmet: a pelikán legendájának megismerését. Összesen 158 feladatot töltöttek fel a csapatok, a legtöbb megoldást a recepthoz, a legendához és a korabeli reklámszöveghez küldték be. A csapatok saját maguk kezelték a honlap felületét, mi moderálás után engedtuk ki az oldalra. A honlap alkalmas volt arra is, hogy az aktuális híreket, információkat közöljük a csapatokkal, illetve itt osztottuk meg a játék állását, a pontszámokat és a legendarészleteket is. A honlap azóta is él, és a rajta lévő digitalizált szöveges, hang, videóanyag fontos helytörténeti jelentőséggel bír.

A vetélkedő utóéletéhez tartoznak a rólunk megjelent híradások és visszajelzések, az egyik internetes portál cikke az alábbi linken olvasható:

<http://librarius.hu/2016/06/21/mit-keres-godollo-cimereben-a-pelikan/>

Mindennapi munka

A felnőtt olvasás- és digitális kompetencia fejlesztése azonban nem csak ilyen nagyszabású projektekben valósul meg intézményünkben, hanem a mindennapi munka során is. Az alábbiakban egy olyan olvasásnépszerűsítési projektünket mutatom be, mely a hagyományos és web2.0 eszközöket egyaránt felhasználja.

A projekt lényege, hogy minden hónapban más kiemelést hozunk létre a felnőtt könyvtári állományból. Ez azt jelenti, hogy bizonyos téma szerint kiválogatunk 30-50 könyvet és azokat egy külön szekrényen helyezzük el olvasóink számára. A könyvek közé kakukktojásokat is teszünk, az egészet lefényképezzük és a Facebook-on a GVKIK oldalán egy játékot indítunk vele.

Aki a leggyorsabban megtalálja a kakukktojást a képen, az kap egy pontot. A pontokat egész évben lehet gyűjteni és 3, illetve 5 pont után hosszabbíthatja, illetve kiválthatja ingyenes alap, vagy emelt szintű olvasójegyt. A játék mellett a fénykép megosztása is reklámértékű és az olvasók élőben is találkozhatnak a kiemeléssel a könyvtárban. Ezeket a kiemeléseket nagyon szeretik, igyekszünk különböző érdeklődésű és korú embereknek is megfelelő válogatásokat kigyűjteni, így volt már orosz irodalom, családregények, erotikus könyvek, betiltott könyvek, megfilmesített regények, kék borítójú kötetek és még sok más csoportosítás. A könyveket kivétel nélkül a szépirodalmi állományból gyűjtjük ki, ezzel is igyekszünk az adott részleg forgási statisztikáját növelni.

10. ábra: Books index – könyvek tiltólistán



Élethosszig tartó tanulás – Ivetagr

A fenti példák a GVKIK hagyományos szolgáltatásihoz kapcsolódtak, intézményünk második stratégiai célja azonban az információs szolgáltatások nyújtása. A GVKIK az elmúlt másfél évtizedben több nagyobb projektben részt vett, ami kifejezetten a digitális eszközökre épülő módszertanra épült. Ezek között volt Európai Unió, több partnerrel zajló projekt és városismereti digitális vetélkedő is. Az alábbiakban az Ivetagr programot mutatjuk be, melyet a Leonardo da Vinci Lifelong Learning program keretében valósítottunk meg 2011-2012 között.

Az Ivetagr jelentése: Innovating Vocational Educational Training Applying Games Realities, magyarra fordítva: a szakképzés innovációja web 2.0 alapú játékokkal.

Innováció: fontos célkitűzés volt, hogy a szakképzést, nyelvoktatást megújító, innovatív módszert fejlesszünk ki a hagyományos, merev oktatási eszközök ellenében. Ezért a

projekt során a web 2.0 eszközöknek és az új szemléletnek volt a legnagyobb szerepe. Az ismeretek elsajátításának egyik leghatékonyabb módszere a játék, egyik legmodernebb eszköze a web 2.0. A projekt során a résztvevők elsősorban a közösségi médiákra épülő játékokban vettek részt, változatos feladatokat kellett megoldaniuk, és különböző elvárásokat teljesíteniük – egyfajta szerepjáték hőseként szintről szintre lépkedve teljesítették küldetésüket. Eközben az internet adta minden lehetőséget kihasználva sajátos ismeretekre tettek szert, amelyeket a későbbi álláskeresés során sikeresen tudnak hasznosítani.

Játszva tanulni: a játékban a célcsoport kizárólag aktívan tudott részt venni a hagyományos oktatási módszerek sokszor passzív, lineáris rendszerével ellentétben, ezáltal készségeik hosszantartóan kerülnek fejlesztésre. A játék módszertannal történő tanulás során nem megjegyezni és visszamondani kellett a tananyagot, hanem feladatokat megoldani, amelyekhez szükségük volt többek között problémamegoldó, analízáló, értelmezési, emlékezési képességeikre is. Az elsajátított tudás értéke, értelme rögtön visszacsatolásra is került, vagyis azonnal érzékelhető volt számukra ennek jelentősége. A közösségi oldalak használatával kommunikálhattak másokkal, tanácsokat, segítséget kérhettek, más résztvevőket (követőket) is bevonhattak, ezáltal szociális készségeik is fejlődtek. A játék módszertanának megismerésére a projektben több érzékenyítő játékot is kifejlesztettek a mentorok, melynek során a játékosok megismerkedhettek a web 2.0 eszközök használatával, illetve a közösségi médiával. A játék minden esetben más és más volt, a játékosok igényeihez, egyéni érdeklődési területeihez lehetett szabni, mentor és játékos közösen alakította.

11. A játék néhány pillanata a Facebook közösségi oldalon

A játék néhány feladata egy példán bemutatva:

Első lépésként híres ügynökök, hősök közül válasszon ki valakit, akivel szívesen dolgozna együtt. Keressen róla egy jellegzetes videót, és a csoportban tegye közzé. Várok két tulajdonságot is, egy külsőt és egy belsőt, amely miatt őt választotta. Ezt írja a videó alá hozzászólásban, angolul is.



Keressen híres mondásokat, idézeteket, közmondásokat, amelyek az Ön által megjelölt belső tulajdonságra jellemzők. Indítson szavazást (kérdést) az üzenőfalán: Melyik mondás jellemzi legjobban?

A fenti kérdés/szavazás azon felül, hogy a facebook egy új funkcióját mutatja meg a játékos számára, a játékmesternek is időt ad a következő feladatok kitalálására.



Kulcskompetenciák fejlesztése: a projekt célja az volt, hogy fejlesszük az elsődleges célcsoport (fiatal- és aktív korú mozgássérültek) azon készségeit, kompetenciáit, amelyekkel munkavállalási esélyeik nőnek, tehát a projekt során a munkavállaláshoz elengedhetetlen tudáshoz, ismeretekhez jutnak. Fontos eleme a projektnek, hogy egy nyelvi modul is beépítésre került, melynek során a résztvevők kezdő nyelvismeretre tehetnek szert. A projektben a célcsoport játékosként vett részt, akiket mentorok segítenek. A projekt kifejezetten az alábbi kompetenciák fejlesztését tűzte ki célul:

- Digitális kompetencia
- A tanulás tanulása
- Személyközi és interkulturális kompetencia
- Anyanyelvi kommunikáció
- Idegen nyelvi kommunikáció – ANGOL NYELVI MODUL

A projekt része a „Pirospaprika Fantom Játék” (Chili Phantom Game), amely egy teljesen új oktatási módszeren alapuló, a közösségi médiákra kitalált nyelvtanuló módszertan. Magában foglal minden olyan tudnivalót, melyet az angol nyelv A1 szintjéhez el kell sajátítani. A játékosok száraz grammatikai feladatok és megerőltető foglalkozások nélkül, játszva, online tanulják a nyelvet.

Chili Phantom Game

A játék egy virtuális európai körúton alapul, melynek során a résztvevők egy titkos ügynök bőrébe bújva:

- angolul tanulnak (a cél az A1 szint elérése).
- Szórakoztatóan fedezik fel az európai országok egymástól eltérő sajátosságait.
- Megtanulják a közösségi oldalak használatát.
- A folyamatos számítógép használat miatt fejlesztik digitális kompetenciáikat.

A játék koncepciója egy olyan angol tanfolyam, ahol folyamatosan szükség van a mesélő (tanár) jelenlétére. A tanulóknak létre kell hozniuk egy avatart a Facebookon,

rendelkezniük kell Twitter, YouTube, Skype hozzáféréssel. A tanároknak létre kell hozni egy Super Agent 123 csoportot és egy angoltanár profilt a Facebookon. Minden játékost meg kell hívni ebbe a csoportba.

A lépések számozottak és egymás utáni sorrendben követendők. Minden fejezetben található egy szabadon választható rész, amit azok tudnak használni, akiknek van webkamerájuk. A csoport és tanár közti kommunikáció a Facebook csoportban zajlik angolul és magyarul is. A játékot lehet tanteremben, magánórán, vagy távoktatásban is használni. A nyelvi játék lépésről-lépésre megtervezett, de itt is adott némi mozgáster.

Kétféle feladattípus van a játék során: hagyományos munkalapok, tesztlapok, melyet emailen kapnak és a közösségi oldalakon való interaktív feladatok. Pl. YouTube videofile megkeresése és meghallgatása, google maps-en egy helyszín megtalálása, stb.

A játékot 6 szintre bontottuk, melyet számos kisebb egységre tagoltunk. Ezek mindegyike 2-4 fővárosban tartalmaz feladatokat, és egy angol kompetencia-felmérés után lehet továbbjutni a következő szintre. A teszt után kapják meg az információt a játékosok, mellyel a következő helyszínre jutnak.

1. fejezet

- Budapest - ABC, betűzés, színek, bemutatkozás, köszönés
- Berlin - országok és nemzetiségek, present simple "be" pozitív, "wh" kérdések
- Bécs - számok és telefonszámok, foglalkozások, present simple "be" negatív, igen/nem kérdések, válaszok

2. fejezet

- Lisszabon - idő, árak, "mennyi", jegyvásárlás
- Madrid - tárgyak és helyek a házon belül, "whose" és "where" kérdések, irányok
- Valletta - napi rutin, present simple, "wh" kérdések

3. fejezet

- Stockholm - személyleírás, iratok, számok és kor
- Helsinki - személyes tárgyak, többes szám, ez - az

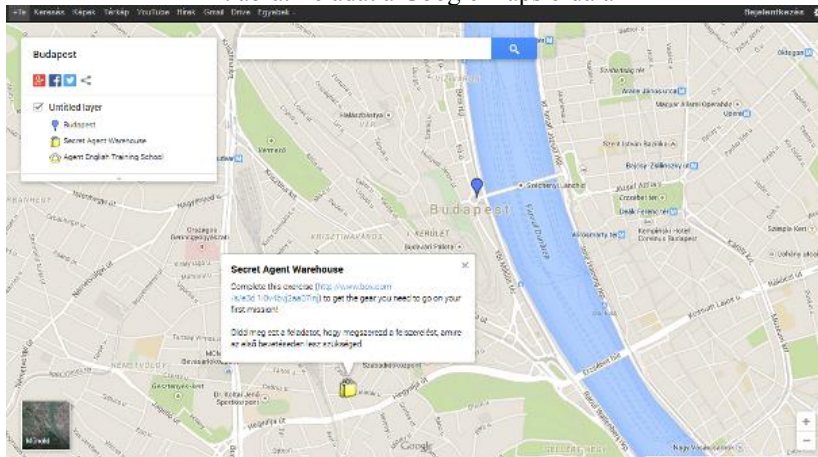
- Koppenhága - melléknevek, ellentétek, "have got"
4. fejezet
- Dublin - szabadidő, present simple "ő"
 - London - szabadidő, határozószók, tárgy, alany, névmás
5. fejezet
- Tallin - present simple negatív
 - Ljubjana - szeret/nem szeret, tárgyak, hobbik, present simple kérdések, igen/nem kérdések és válaszok
 - Prága - helyek a városban, there is/there are, pozitív és negatív kérdések és válaszok
6. fejezet
- Párizs - határozott és határozatlan számnevek, mennyi?, melléknevek
 - Brüsszel - évek, múlt idő, past simple
 - Amszterdam - past simple pozitív, rendhagyó igék, "wh" kérdések
 - Róma - past simple negatív, igen/nem kérdések és rövid válaszok, kérdőszavak és formulák

A posztokban gyakran olyan üzenetek találhatók, melyek tevékenységekkel kapcsolatosak. Ezeket magyarul ÉS angolul is elküldjük. A játékosok szempontjából fontos, hogy minél több angol szöveggel találkozzanak. Ahol az angol nyelv lesz az egyedüli, ott a nyelvnek annyira egyszerűnek kell lennie, hogy a játékosok fordítás nélkül is meg tudják érteni.

Az alapvető nyelvi készségeket a következőképpen fejleszti a játék:

- Olvasás utáni értés: a feladatok, posztok kétnyelvűek, tesztlapok, feladatlapok segítségével
- Kiejtés, hallás utáni szövegértés: videók segítségével
- Írás: a tanulóknak rendszeresen posztolniuk kell a Facebookon és a Twitteren
- Társalgás, beszéd: webkamera vagy Skype segítségével kommunikálhatnak egymással a tanár és a diákok.

12. ábra: Feladat a Google maps oldalán



13. ábra: Feladat a Youtube csatornán



A nyelvi játék teljes anyaga, a hozzátartozó tesztlapokkal, oktatási segédanyagokkal és web2.0 feladatokkal elérhető a következő linken:

<http://ivetagr.com/Nyelvi-jatek-bemutato/69/>

Kiállítások

Gödöllőn 2011 óta a kulturális programokat tematika köré szervezik, melynek címéről Gödöllő Város Képviselőtestülete dönt. A GVKIK a kezdetektől részt vesz Gödöllő tematikus évhez kapcsolódó programtervezésében, két évben, egyéb programok mellett, kiállítással is csatlakozott az eseményhez. 2013-ban a Szecesszió Éve volt, 2014-ben az I. világháborúra emlékeztünk, és két nagyszabású kiállításunk Szecessziós utazás a könyvtárban, illetve Ne félj babám, nem megyek világra... címmel nyílt meg. A kiállítások során igyekeztünk újszerű eszközöket használni a hagyományos módszerek helyett, és a múzeumok gyakorlatában egyre terjedő storytelling szemléletet megvalósítani. Vagyis a kiállítási tárgyak bemutatása helyett a történetmesélésre koncentráltunk, illetve a látogatót részesévé tettük a kiállításnak. Ehhez személyes élményeket, interaktív játékokat kellett beépíteni, illetve a hagyományos egyérszékszerves felfogás helyett a hallás, tapintás, szaglás és ízlelés funkciókat is bekapcsoltuk, melyben természetesen igen nagy segítségünkre voltak a különböző digitális eszközök.

A Szecessziós utazás kiállításnál ténylegesen is egy utazásra invitáltuk a látogatót, melynek során egy rejtvényt is meg kellett fejtenie. Míg végigjárta a hét állomást és érintőpanelek, számítógépes installációk segítségével megismerkedett a szecesszió könyvművészetre, tipográfiára, irodalomra, filmre, zenére, építészetre gyakorolt hatásával, és kipróbálhatott többféle, nem csak gyerekeknek érdekes játékot: tolimozaik, memóriakártya, fakocka kirakó, megoldott 7 feladatot is. Az utolsó állomásra érkezve egy verstornyot kellett felépítenie: az egyes állomásokon megfektésként beírt országnevek segítségével a fiókok egyik oldalán szereplő versszakok sorba állíthatók voltak, majd azokat elfordítva kijött az utolsó strófa is Babits Mihály Messze, messze című verséből, mely egy közkedvelt szecessziós témának, az utazásnak a legstílusosabb remekműve ebből a korszakból.

Az első világháborús kiállítás történetmesélésénél egy verbeli könyvtári eszközhöz folyamodtunk: álhírlapot írtunk Gödöllői Harsona címmel, melynek két számát jelentettük meg. Mivel a kiállítás alapanyaga a gödöllőiek és a környéken élők személyes emléktárgyai, fotók, levelezőlapok, hadifogságban, fronton írt napló, vers, tábori újság, kitüntetések, tárgyi emlékek, térképek voltak, nagy kihívást jelentett, hogyan tárjuk ezt úgy a látogatók elé, hogy átélhető legyen ezen keresztül a történelem. A hozzánk beérkezett dokumentumokat, illetve a századeleji sajtót és a korabeli hírlapokat is felhasználtuk a Harsonához, álhírekbe szőttük egy-egy katona csodálatos hazatérését, az otthon maradtak küzdelmeit, a tábori élet viszontagságait, vagy a hadifogság humoros pillanatait. Az álhírlap arra is szolgált, hogy a kiállítással kapcsolatos programokat is hirdessük, illetve a második számban az egyik rovat a kiállítást ismertette a nagyérdeművel. Az újságot korabeli fényképekkel, illusztrációkkal tettük színesebbé, szintén a hozzánk beérkezett anyagokból válogatva. Az újság hadi gasztronómia rovatában megírt háborús recept elkészítését a látogatók a könyvtárban videón tekinthették meg, az illusztrációként szolgáló eredeti tábori újságokba, levelekbe beleolvashattak és meghallgathatták az utódok visszaemlékezését felmenőikről, akik az újságcikkek szereplői voltak.

14. ábra Grenadírmars készítése – a könyvtár munkatársainak saját, korabeli videója



Marketing

A hagyományos és információs szolgáltatások tervezésében, fejlesztésében kulcs szerepet játszik intézményünkben a digitális eszközök használata. Mindezt hatékonyan támogatja a könyvtár grafikai megjelenése, az interneten és a közösségi oldalakon való szereplésünk, a partnerkapcsolataink, a reklámtevékenységünk és a média szereplésünk is. A GVKIK-ban külön munkacsoport foglalkozik a marketinggel, melynek feladata, hogy a lehető leghatékonyabban juttassa el üzeneteinket a látogatóinknak, illetve a szolgáltatások tervezésében, bevezetésében, felfrissítésében is tevékenyen részt vesz. A látogatókat célcsoportokra bontva vizsgálja, az olvasói elégedettség és igényfelmérés eredményeire építve tervezi éves munkáját, projektjeit. Kiemelt területként kezelte a marketing munkacsoportunk 2014-2015-ben a beiratkozás növekedését és ennek érdekében több projektet is indítottunk, melyek közül egy olyat választottam bemutatásra, mely kifejezetten a web2.0 lehetőségeit használja ki.

Szoríts ki a könyvtárból! Fújj egy lufit! – volt az akció neve, mely 2014 szeptemberében indult. A lényeg az volt, hogy minden egyes újonnan beérkezett olvasó után felfújtunk egy lufit a GVKIK egyik irodájában és az egyre szaporodó lufikról hétről-hétre feltöltöttünk egy fotót a Facebookra. A nyilvánosság így nyomon követhette a beiratkozók számának alakulását, a fotók viccesen ábrázolták azt, ahogy a könyvtárosokat lassan ellepik a lufik. A cél nem kifejezetten az volt, hogy az interneten keresztül csábítsuk beiratkozásra a tömegeket, hanem egyfajta figyelemfelkeltő akció, hogy a könyvtár egy szuper hely, ahol mindig történik valami érdekes. Az akciónak egyébként meglett az eredménye, a reklámtevékenységnek köszönhetően 2016-ban az elmúlt évek legmagasabb olvasói létszámát sikerült elérnünk.

15. Szoríts ki a könyvtárból! Fúj egy lufit! – kampány az új olvasókért



A könyvtárak szerepe és helyzete átalakulóban van. Egyre inkább felértékelődik a közösségben betöltött funkciója, az élethosszig tartó tanulás, az olvasás- és digitális kompetencia fejlesztése terén végzett munkája. A társadalom igénye folyamatosan változik, és a könyvtárak csak akkor tudnak életképesek maradni, ha felkészülten és időben reagálnak a közösség igényeire, kihasználják azokat a lehetőségeket, amelyeket a digitális világ nyújt számukra. A Gödöllői Városi Könyvtár célja, hogy a minőségmenedzsment következetes alkalmazásával, a minőség iránt elkötelezett szakemberi segítségével élen járjon az innovatív módszerek bevezetésében, melynek végső célja nem más, mint a társadalom, az emberi jólét növekedése, a társadalmi integráció elősegítése és az életminőség javítása.

Hivatkozások:

Istók Anna: Több mint könyvtár – A Gödöllői Városi Könyvtár és Információs Központ válasza a 21. század kihívásaira. Gödöllő, 2016.

http://www.gvik.hu/uploaded_files/files/egy%C3%A9b/2016/T%C3%B6bb%20mint%20k%C3%B6nyvt%C3%A1r-1.pdf

letöltés ideje: 2017. április 27.

Sörény Edina: A könyvtári stratégia céljai 2014-2020, Eger, 2013.

http://mke.info.hu/konyvtarvilag/files/2013/08/A-k%C3%B6nyvt%C3%A1r-strat%C3%A9gia-c%C3%A9ljai-2014-2020_Soreny-Edina.pdf letöltés ideje: 2017. május 3.

1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről

https://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=99700140.tv

letöltés ideje: 2017. május 3.

Internetes oldalak:

<http://www.gvik.hu/ivetagr>

<http://konyvsu-go.gvik.hu/>

www.gvik.hu/olvasokdiadala

<http://www.gvkik.hu/10kicsipelikan/>

<http://librarius.hu/2016/06/21/mit-keres-godollo-cimereben-a-pelikan/>

http://www.gvkik.hu/konyvtarak_es_a_digitalis_kihivas__konferencia.html

AZ EGERI BRÓDY SÁNDOR KÖNYVTÁR A Z GENERÁCIÓ SZOLGÁLATÁBAN - WEBKETTES ÉS EGYÉB ESZKÖZÖK ALKALMAZÁSA

Zsoldos Marianna

Bródy Sándor Megyei és Városi Könyvtár
zsoldima@brody.iif.hu

Absztrakt

A tanulmány célja egy közkönyvtár mindennapi gyakorlatával bemutatni azokat az eszközöket, programokat, melyekkel az ifjabb generáció tagjai megszólíthatók. Az első fejezet az egeri Bródy Sándor Megyei és Városi Könyvtár által használt webkettes eszközöket mutatja be, melyek egyaránt szolgálják a X, Y és Z generáció tagjait is. Szó esik a könyvtár által működtetett blogokról, mikroblogokról, Facebook oldalakról, video-, kép-, prezentációmegosztó szolgáltatásokról, egyéb közösségi alkalmazásokról. A második fejezet áttekintést ad a könyvtár Z generációt megcélzó offline innovációiról, olvasásnépszerűsítő programjairól, szóba kerül a TiniZug, a Fanatik Rídörz, a Nagy Könyves Beavatás, a MusiX-box, Mozdulj rá!, FILM-EZ-ÖK.

Kulcsszavak: Könyvtár, Közkönyvtár, Eger, Könyvtár 2.0, Web 2.0, Tini, Z generáció, Olvasásnépszerűsítés

Bevezetés

A Gödöllői Városi Könyvtár és Információs Központ a "*Könyvtárak és a digitális kihívás*" elnevezéssel nemzetközi és testvérvárosi konferenciát szervezett (2014. október 3), ahol Webkettes eszközök alkalmazása az egeri Bródy Sándor Könyvtárban címmel adtam elő (Zsoldos, 2014). Ennek eredményeképp kaptam meghívást a Szent István Egyetem GTK Társadalomtudományi és Tanárképző Intézete által szervezett *Új kihívások és lehetőségek a "Z" generáció oktatásában* című konferenciára (2014. november 19), ahol

kibővített előadásom Webkettes eszközök alkalmazása az egri Bródy Sándor Megyei Könyvtárban - (nem csak) a Z generáció szolgálatában címmel hangzott el. Akkori előadásom anyagát most aktualizáltam és kiegészítettem a Bródy Sándor Könyvtár Z generációt megcélzó egyéb innovációival, programjaival. Egy közkönyvtár tudás-, információ- és kultúraközvetítő tevékenysége minden generációt kiszolgál. A generációkat az elmúlt években szokás szociológiai megfontolások és digitális eszközhasználat szerint definiálni: veteránok, építők (-1946), Baby boomerek (1946–1964), X generáció (1965–1979), Y generáció (1980–1994), Z generáció (1995–2010), alfa generáció (2010-) (Tari, 2010 ; Tari, 2011). A felosztásból kiindulva a „veteránoktól” az „alfa generációig” mindenki jelen van, vagy jelen lehet a könyvtárakban. A könyvtárak feladata, hogy a generációs jellemzők ismeretében az egyes generációkra szabott szolgáltatásokkal megtartsák, illetve bevonzzák a különböző életkorú és igényű használókat. Tari Annamária szavait idézném egy interjúból: „Igazából nem az a lényeg, hogy ki mikor született, hanem az, hogy a gyerekkoruk meghatározó élménye volt-e az online vagy virtuális tér. Igazán éles határ a digitális és a nem digitális generációk között húzódik – máshogy szocializálódtak, más volt a gyerekkoruk, más az értékrendjük. A Baby boomerek és az X generáció tagjai gyerekkorukban azt sem tudták, hogy egyszer létezni fog olyan, hogy internet, míg az Y, a Z és az alfa generáció már a webkettes világban nőtt fel – igaz, az Y-ok részben még a könyvespolcok mellett szocializálódtak.” (Szabó, 2014). Az Amerikai Könyvtárak Egyesülete (ALA) fiatal felnőtt részlege, a YALSA (Young Adult Library Services Association) 2014-ben adott ki egy felhívást arra ösztönözve a könyvtárakat, hogy változtassanak és alkalmazkodjanak a tizenévesek igényeihez (Braun et al., 2014). Tanulmányomban áttekintem egy magyar közkönyvtár, az egri Bródy Sándor Megyei és Városi Könyvtár eszközeit és gyakorlatát az ifjabb generáció szolgálatában.

Webkettes eszközök alkalmazása az egri Bródy Sándor Könyvtárban

"Könyvtári portálok hibáit kell keresnem épp. De amit a Brodysok művelnek a Facebookon, Twitteren, tumblren az előtt le a kalappal." (@Yoscha_hu)

A web 2.0, webkettő⁵ kifejezés 2005-től terjedt el, s egy új szemléletű webet jelent, melyet a közösségi együttműködés, tudásmegosztás, a szolgáltatások és tartalmak létrehozásában való aktív részvétel, újrafeldolgozás (remix), címkézés stb. jellemez. A web 2.0 könyvtárakra alkalmazott változata a könyvtár 2.0. Tárgyszerű definícióját egy jellegzetes webkettes eszközön, egy wikin (közösén épített enciklopédiák) is megtaláljuk: "interaktív, együttműködésen alapuló, multimédiás, webalapú technológiai alkalmazás, webalapú könyvtári szolgáltatásokhoz és gyűjteményekhez. Használóközpontú virtuális közösség, melyben a könyvtár nem egyedül felelős a tartalom előállításáért. Ugyanazokat az eljárásokat és technológiákat alkalmazza, mint a közösség, ösztönzi az innovációt és kísérletezést az elektronikus könyvtári környezetben." (Paszternák et al., 2006). Zenei könyvtárosként a zenei könyvtári munkában használható webkettes szolgáltatásokról van a legnagyobb tapasztalatom, erről a XVI. Budapesti Nemzetközi Könyvfesztivál Könyvtáros Klubjában adtam elő (Zsoldos, 2009).

Könyvtári blogok

A könyvtár 2.0 jellemzően a könyvtári blogvilágban született. Az első magyar könyvtári blog 2003-ban indult (Könyvtároskisasszony), a világhálón folyamatosan megjelenő magyar könyvtári blogokról való tájékozódáshoz a Könyvtári blogok Magyarországon (Hubay, 2009) és A közkönyvtári blogok népszerűsége és sikere Magyarországon (Bognár, 2012) című tanulmányokat ajánlom. Mire használható a blog a könyvtárban? Friss információk a könyvtárról, gazdag illusztrálási, figyelem felkeltési lehetőség, újdonságok

⁵ http://hu.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

közzététele színes formában, online referenz lehetőség, érdekes, hasznos oldalak ajánlása, közvetlen kommunikáció az olvasókkal hozzászólás, ajánlás, szavazás formájában, s persze közösséget formálhat és erősíthet. Linkek vezetnek a könyvtár honlapjára, katalógusára, adatbázisaira, ajánlóira, tudatosítják létét, népszerűsítik a könyvtár szolgáltatásait, programjait, rendezvényeit.

Hangtárnok⁶

"A zenei stílusok széles spektrumát és az igazi multimédialitást tárja elénk a Trinity által szerkesztett könyvtári blog" (Hubay, 2009), *"Magyarországon az előző eredmények alapján az egyik legsikeresebb közkönyvtári blog a Hangtárnok"* (Bognár, 2012). Mi is a Hangtárnok? Az egri Bródy Sándor Megyei és Városi Könyvtár⁷ a virtuális térben addig statikus honlappal jelenlévő bibliotéka - 2008-ban az Év Könyvtára, 2010-ben Eger Csillagadój, 2013-ban Minősített könyvtár cím, 2016-ban Könyvtári Minőség Díj - könyvtári blog révén lépett a webkettő útjára. A könyvtár zenei részlege - Eger és egyben Észak-Magyarország egyik legnagyobb könnyűzenei gyűjteménye – 2007 októberében indított blogot Hangtárnok elnevezéssel. Főszerkesztőként - Trinity nicknévvel - számos zenei tárgyú kérdésre blogokon találtam választ, úgy gondoltam, hogy a zenei részlegnek is kell egy blog, ahol személyesebben szólíthatjuk meg az internetezőket, s közben tudatosíthatjuk létünket, működésünket, közvetíthetjük újdonságainkat. A Könyvtár 2.0 gyakorlati alkalmazása konferencián (2007) Takács Dániel azonnal felajánlotta a klogot (magyar könyvtári blogok közössége volt), mint házigazdát. A Hangtárnok azóta védjegyünké vált, a klog megszűnésével a könyvtár szerverére költözött, s hangtarnok.hu címről érhető el. A blog témája: zene, könyvtár, Eger. A szerkesztés tudatosan szubjektív. Legfőbb célja a zenei információk eljuttatása az olvasókhoz, közvetíti a híreket, alkalmazásokat, webkettes eszközöket, ingyenes forrásokat. A bloggal zenészerető magyar és külföldi

⁶ <http://hangtarnok.hu>

⁷ <http://brody.iif.hu/>

virtuális barátokra is szert tettünk. Barátságok, kapcsolatok születtek, jó pár olvasó szóban referál a cikkekre, ötleteit osztja meg a könyvtárosokkal, vagy publikál a blogon. Olvasói igényre jött létre az "Az olvasóink ajánlják" kategória, ahol szóbeli, e-mailes vagy épp hozzászólásokban érkező zenei ajánlatokat teszünk közzé. Nagyon szeretem az élő zenét, sok koncertre eljárrok, s a blogon megosztom élményeimet, fotóim, valamint ismert zenekarokkal, zenészekkel dedikáltatom a könyvtár CD-it, ezzel népszerűsítve a könyvtárat is. Rómában a Zenei Könyvtárak Nemzetközi Szövetségének (IAML) 65. kongresszusán a Public Libraries Branch szervezésében a City treasures összefoglaló blokkban lehetőségem volt nemzetközi szintén is bemutatni, hogyan használom hobbim könyvtárunk népszerűsítésére *Rock star selfies: How can we use a hobby as a tool of making our public library more popular* címmel (Zsoldos, 2016). A blog leglátogatottabb bejegyzései az ingyenes kották⁸ és a jeles napokhoz kapcsolódó összeállítások: farsang⁹, ballagási dalok stb. Leggyakoribb keresőkérdések kotta, zenevágás, állathangok, hangrögzítés. 2016-ban 255141 látogatója volt a blognak, ami napi átlagban 697 embert jelent.

Olvasásnépszerűsítő blogok

2015-ben a könyvtár három olvasásnépszerűsítő programja is blogot indított: *Bródy Könyvklub*¹⁰ címmel a könyvtár felnőtt könyvklubja ír könyves blogot, ahol a résztvevők megosztják könyves élményeiket, irodalmi híreiket egymással, a virtuális közösségépítés, tájékoztatás, figyelemfelkeltés, szórakoztatás eszköze. A könyvtár tini olvasóklubja és ennek blogja *Könyvmoly Party*¹¹ néven indult, 2016-tól Fanatik rídörz¹² néven folytatódik, itt a fiatal klubtagok osztják meg olvasásélményeiket, népszerűsítik rendezvényeiket, a linkek

⁸<http://hangtarnok.hu/category/kotta/>

⁹<http://hangtarnok.hu/2008/01/22/itt-a-farsang/>

¹⁰ <http://brodykonyvklub.blogspot.hu/>

¹¹ <http://konyvmolyparty.blogspot.hu>

¹² <http://fanatikridorz.blogspot.hu/>

felhívják a figyelmet a friss hírekre, könyvekre, nekik szóló oldalak érdekességeire. A *Nagy Könyves Beavatás*¹³ a könyvtár olvasásnépszerűsítő játéka volt 2015-2016 között, blogján olvasható a játékszabály, a beküldött munkák, könyvek, csoportok, eredmények, dokumentumok, hasznos oldalak, ill. a "rólunk mondták" rovat.

Mikroblogok

A könyvtár Twitter¹⁴ oldala 2011 októberében indult, ahová a könyvtár Facebook oldalain megjelenő bejegyzéseket, a könyvtár honlapjáról a híreket, újdonságokat, galériákat, valamint érdekes zenei, könyvtári, vagy egri vonatkozású híreket osztunk meg.

A zenei gyűjtemény Tumblr oldala¹⁵ 2011 novemberében indult, egyszerű, rövid, lényegre törő, figyelemfelkeltő, színes és változatos tartalom megosztását teszi lehetővé. A könyvtár főleg fotó és videómegosztásra használja, saját könyvtári fotókat töltünk fel, valamint mások zenével, zenei könyvtárral, könyvtárral kapcsolatos fotóit osztjuk tovább.

Közösségi oldalak (Social Networking Sites)

A magyar felhasználók körében az egyik legnépszerűbb közösségi hálózat a Facebook, számos könyvtár képviselteti itt magát (Fodor, 2014). A Bródy Sándor Könyvtár törekszik arra, hogy virtuálisan is odamenjen, ahol a felhasználói vannak. A Facebook az elsődleges közösségi felülete a Központi Könyvtárnak¹⁶, a Zenei és Idegen Nyelvi Gyűjtemények¹⁷, a

¹³ <http://anagykonyvesbeavatas.blog.hu/>

¹⁴ <http://twitter.com/hangtarnok>

¹⁵ <http://hangtarnok.tumblr.com/>

¹⁶ <http://www.facebook.com/Bródy-Sándor-Megyei-és-Városi-Könyvtár-123931711010193/>

(Indult: 2011. január 25, 1624 követő 2016. márciusában)

¹⁷ <http://www.facebook.com/hangtarnok>

(Indult: 2010. május, 1281 követő 2016. márciusában)

Gyermekkönyvtárnak¹⁸ és az E'mese vár¹⁹ olvasásnépszerűsítő játéknak. A posztok, megosztások egyrészt tartalomajánlások, másrészt a könyvtár egészéről, illetve az egyes részlegek rendezvényeiről, eseményeiről adnak hírt és információt, a honlapon megjelenő programokat, felhívásokat, a rendezvényeken készült fotóalbumokat, videókat, a könyvtárral kapcsolatban bárhol megjelent híreket, tudósításokat közvetítik, illetve a hangulatkeltést szolgálják (pl. humoros, olvasásnépszerűsítő, ünnepi fotók stb.).

Videómegosztás

A könyvtár a YouTube (legnépszerűbb) videómegosztó webhelyet használja videók feltöltésére és megosztására. A zenei gyűjtemény Hangtárnok elnevezésű csatornája²⁰ 2007 óta üzemel (2016: 336 videó, 341 feliratkozó, 1 949 915 megtekintés). A zenei gyűjtemény hangfelvételeiből készítek jeles napokhoz, ünnepekhez kapcsolódó ajánlókat, a zenei gyűjtemény rendezvényeit rögzítjük és töltjük fel, illetve egri koncerteken készült felvételeimet. Előfordult, hogy pedagógusok kértek az interaktív táblára pl. Barokk zenéhez kapcsolódó összefoglaló videót. Két lejátszási listát hoztam létre, egyikben a könyvtárról készült más felhasználó által készített felvételek, a másikban a Könyvtárosokról szóló dalok szerepelnek. Legnagyobb nézettsége a Ballagási dalok (613 497 megtekintés), Anyák napi dalok (424 436), Évzáró, tanévzáró (177 420) videóknak van. A csatornára került föl egy közösségi élmény is: 2014-ben a könyvtárosok hetén két nap alatt forgattuk le Pharrell Williams világhírű Happy számára saját könyvtári verziókat a központi könyvtár, a zenei és idegen nyelvi gyűjtemény, a gazdasági osztály, a gyerekkönyvtár, a Plázakönyvtár, a Felsővárosi fiókkönyvtár helyszíneken éppen

¹⁸<http://www.facebook.com/Bródy-Sándor-Megyei-és-Városi-Könyvtár-Gyermekkönyvtár-291475594376825/>

(Indult: 2014. szeptember 20., 336 követő 2016. márciusában)

¹⁹ <http://www.facebook.com/emesevar/>

(Indult: 2015. július, 190 követő 2016. márciusában)

²⁰ <http://www.YouTube.com/user/Hangtarnok>

dolgozó munkatársakkal és olvasókkal. Az olvasók újra szívükbe zárták a táncos oldaláról is bemutatkozó könyvtárat: Pharrell Williams: Happy (We are from a Library)²¹ (Szomszéd, 2014). A Gyermekkönyvtár YouTube csatornájára a Gyermekkönyvtár rendezvényeiről készült felvételek kerülnek föl.²² A FILM-EZ-ŐK foglalkozássorozaton készült kisfilmek szintén saját YouTube csatornán tekinthetők meg.²³

Képmegosztás

Egy terrabájtra növelte a felhasználók rendelkezésére álló tárhelyet a Yahoo Flickr képmegosztó szolgáltatásában, így a zenei gyűjtemény folyamatosan tölti fel ide a fotóit.²⁴ A Google Fotók (korábban Picasa Webalbumok) szolgáltatását is használjuk online képmegosztásra a zenei könyvtár postafiókjából²⁵, illetve a könyvtár honlapján külön Képgaléria található.²⁶

Prezentáció-megosztó szolgáltatás

A SlideShare a "prezentációk YouTube-ja", az egyik legismertebb prezentációmegosztó közösségi oldal, a könyvtár ezt használja saját könyvtári és zenével kapcsolatos prezentációinak megosztására²⁷. Legnépszerűbb a Freddie Mercury emlékére összeállított Queen bemutató.

Közösségi könyvjelzők (linkmegosztó szolgáltatás)

A linkmegosztó szolgáltatások lényege, hogy az összes webes kedvenc egy helyen található, a könyvjelzők bármely számítógépről, bármikor, bárhol elérhetők. A zenei könyvtár a del.icio.us-t használja, a zenével, zenei

²¹ <http://www.YouTube.com/watch?v=1evLp-ycbuQ>

²² <http://www.YouTube.com/user/egrigyerekkonyvtar>

²³ <http://www.YouTube.com/channel/UCYoGuU98d0MTDSibToGFuJQ>

²⁴ <http://www.flickr.com/photos/hangtarnok/>

²⁵ <http://plus.google.com/u/0/111142777260670320788/posts>

²⁶ <http://www.brody.iif.hu/hu/galleries>

²⁷ <http://www.slideshare.net/hangtarnok>

könyvtárakkal, kottákkal, fotózással stb. linkeket gyűjti egy helyre.²⁸

Ask.fm

Az ask.fm közösségi platformon a felhasználók egymásnak tehetnek fel kérdéseket, valamint válaszolhatnak a nekik feltett kérdésekre, online referenz szolgáltatásként 2015-ben elindult a zenei gyűjtemény csatornája²⁹, ahol a nap 24 órájában kérdezhetik a zenei könyvtárost (eddig 55 kérdés érkezett) (Bárkay, 2015).

Instagram

Az Internet Fiesta 2015 jegyében egy fotópályázattal indult a könyvtár Instagram oldala³⁰, melynek témája „Szeretem a könyvtáram” volt. A résztvevőknek le kellett fényképezni és feltölteni magukat, illetve kedvenc helyeiket a könyvtárban a #brodybanvagyok hashtag-at használva. Az oldal azóta is folyamatosan frissül a top pillanatokkal.

Google szolgáltatások

Könyvtár a felhőben, azaz egyes Google szolgáltatásokat a könyvtár intézményi munkaszervezésre, a munkafolyamatok menedzselésére, kommunikációra használ 2011 óta. Megosztott dokumentumként nagy hatékonysággal működik a naptár, ahol figyelemmel kísérhetők, szinkronizálhatók a könyvtár programjai, illetve az éves beszámolók elkészítésénél is felhasználható. A táblázatok, űrlapok a napi és rendezvények statisztikáinál, hétvégi ügyeletrendnél, gépkocsi menetrendnél stb. alkalmazhatók hatékonyan. A térképek a KSZR szolgáltató helyek egységes megjelenítésére, dokumentálására, a webhelyek a pályázati és projekttevékenységek menedzselésére kiválóan alkalmas (Tózsér, 2015).

Online információforrások

²⁸ <http://delicious.com/zeneikonyvtar>

²⁹ <http://ask.fm/hangtarnok>

³⁰ <http://www.instagram.com/brodylibrary/>

A Z generáció számára az elektronikus információforrások elsődlegesek, a Bródy Sándor Könyvtár honlapja, magyar és idegen nyelvi könyvajánló (pl. Under 18! rovat), katalógusa, távolról elérhető online adatbázisai - benne e-könyvek is - (az EBSCOhost már otthonról is elérhető), helyismereti jellegű elektronikus gyűjteményei pl. Heves Megyei Elektronikus Könyvtár³¹ számos tartalmat szolgáltat számukra. Gyakori, hogy a keresett információt „kiguglizza” a generáció, ezért nagyon fontosnak tartom, hogy az internet nyújtotta rendezetlen, minőségileg ellenőrizetlen információhalmazban megbízható, hiteles linkgyűjteményeket állítsunk össze számukra pl. Zenei linkgyűjtemény diákoknak.³²

A Bródy Sándor Könyvtár offline eszközei a Z Generációnak

A Bródy Sándor Könyvtár az online eszközökön túl offline innovációkat, programokat is kínál a Z generáció számára, nem titkolt célja az olvasásnépszerűsítés és a kamaszok bevonása a könyvtárba.

TiniZug

A gyermekkönyvtárból a felnőtt könyvek világába átvezető híd szerepét tölti be a 2015-ben kialakított új gyűjteményrész és közösségi tér TiniZug elnevezéssel. A fiatalokat külön könyv-, folyóirat-, DVD állománnyal, társasjátékokkal és színes programokkal (pl. a Kamaszokra hangolva pályázat támogatásával kortárs magyar költőkkel, írókkal való találkozók) várják. A könyvek között krimi, sci-fi, vámpír történetek, disztópiák, népszerű regényfolyamok, magyar és külföldi szerzők ifjúsági regényei találhatók. Ingyenes WiFi is csábítja a fiatalokat, valamint közönségtalálkozók, ahol rendszeresen találkozhatnak tiniknek publikáló szerzőkkel.³³

Fanatik Rídörz

³¹ <http://brody.iif.hu/?q=node/1954>

³² <http://www.brody.iif.hu/hu/zenei-linkgyujtemeny-diakoknak>

³³ <http://www.tveger.hu/megnyilt-a-tinizug/>

A Központi Könyvtárban 2015-ben indult tinik számára szervezett olvasóklub Könyvmoly Party elnevezéssel, később a nevük Fanatik Rídörz lett. Kezdetben kéthavonta, most havi rendszerességgel találkoznak, a klubtagok könyves élményeiket osztják meg a többiekkel, közösen választott könyvet olvasnak, amit később megbeszélnek, közönségtalálkozókon vesznek részt, játszanak, beszélgetnek, közös játékokkal színesítik a találkozókat. Cél, hogy a kortárs irodalom felhasználásával – aminek nyelvezete, témája közelebb áll hozzájuk - összehozzák a könyvek iránt érdeklődő tiniket. Csépanyi Zoltán, a klub egyik vezetője szerint „az olvasás szeretete mellett a szabad véleménynyilvánítás jellemzi a klubokat, ami a mai világban rendkívül fontos és hasznos lehet egy diák számára. Ugyancsak fontos, hogy ezek a találkozások egyaránt szólnak a könyvekről és a résztvevőkről” (Juhász, 2017/b). A tagokkal való online kapcsolattartás a könyvklub blogján és egy Facebook csoportban zajlik.

A Nagy Könyves Beavatás

A családok és pedagógusok mellett a könyvtáraknak is fontos feladata a fiatalok olvasóvá nevelése (Csík, 2011). A tini korosztály megszólítására indította 2015 októberében hat hónapig tartó olvasásnépszerűsítő játékát a Bródy Sándor Könyvtár Nagy Könyves Beavatás címmel. Mintául a Gödöllői Városi Könyvtár és Információs Központ szervezésében megvalósuló Olvasók Diadala³⁴ és a budapesti Kerületünk Könyvkirálya³⁵ című játékok szolgáltak (Csépanyi, 2016). A Nagy Könyves Beavatás tematikája Veronica Roth A beavatott című trilógiájához kapcsolódik. A játékokban a tinik avatták be az olvasókat kedvenc könyveik világába úgy, hogy hét, egyenként 3-5 fős, a trilógiából elnevezett csoportot alkottak (Műveltek, Bátrak, Barátságosak, Őszinték, Önfeláldozók, Csoportnélküliek, Elfajzottak). Minden csoport 12 választott könyvet olvasott el a 6 hónap alatt és havonta a 2-2 választott

³⁴ <http://www.gvik.hu/olvasokdiadala/>

³⁵ <http://konyvkiraly.blog.hu/>

könyvhöz különböző feladatokat oldott meg, egy-egy beavató lapot készítettek könyvajánlással, valamint egy-egy kreatív feladatot (visszajátszás, fanfiction, montázkészítés, újratervezés, szövegfelhő, zenei aláfestés)³⁶ is megoldottak. A fiatalok számos olyan könyvet elolvastak, ami egyébként nem jutott el volna hozzájuk, fejlődött szókincsük, kreativitásuk, a közösségek összekovácsolódtak: „Bár eddig is osztálytársak és barátok voltunk, de a játék által még közelebb kerültünk egymáshoz. Az egész verseny alatt húztuk előre egymást” (Juhász, 2016). A könyvek főleg a kortárs magyar és külföldi írók művei közül kerültek ki, néhányan személyesen is meglátogatták író-olvasó találkozó keretében a versenyzőket, Lázár Ildikó író nő még az eredményhirdetésre is visszatért: „A mai világban olyan felületesek a kapcsolatok: sokan azt hiszik, hogy barátok, de nem tudják, hogy az tartalmilag, érzelmileg mit jelent. Ezek a fiatalok szerintem most ismerték meg igazán egymást. Most nyíltak ki azok a kapuk, amiket nincs idejük nyitogatni, csak akkor, ha időt szánnak egymásra...Annyira megtetszett ez a játék, hogy már azon gondolkoztam, országos méretűvé lehetne-e tenni – mondta, majd kiemelte, a könyvtáraknak nagyon fontos feladata, hogy megtanuljon a fiatalok nyelvén beszélni.” (Juhász, 2016)

Gondolata valóra vált, hiszen az egi program sikerét, a tinik lelkesedését látva 2016 őszén az Országos Könyvtári Napok keretében az Informatikai és Könyvtári Szövetség szervezésében, a Nemzeti Kulturális Alap támogatásával, az egi és a gödöllői könyvtár segítségével elindult az országos Nagy Könyves Beavatás³⁷ a középiskolás korosztály számára. 36 településről több mint 300 fiatal vett részt a programban, 22 hét alatt a csapatok 7-7 választott könyvet olvastak, elkészítettek 7-7 kreatív feladatot és részt vettek 3-3 beavatott olvasóklubban. A játékszabályokat finomították, a feldolgozandó könyveket hét tematikus, a csapatok szellemének megfelelő csoportba

³⁶ http://anagykonyvesbeavatas.blog.hu/2015/09/11/feladatok_722

³⁷ <http://nagykonyvesbeavatas.hu/>

osztották, új kreatív játékokkal³⁸ is bővült a verseny, melyek közül a szimulációs játék volt a kedvenc. A fiatalok képzelőereje, fantáziája, ügyessége, informálódási és tanulási képessége fejlődött, nőtt könyvtárhasználatuk száma, barátságok szövődtek, az új közös élmények, tevékenységek összekovácsolták a csapatokat, a közösségben szerzett olvasmányélmények hatása pedig megsokszorozódott. A miskolci 5en a világ ellen csapat szavaival: „Ez egy hihetetlen nagy élmény. Ez az egész egy új szintre emelte az olvasást. Rengeteg nagyszerű könyvet ismerhettünk meg a verseny által, amit magunktól lehet, hogy nem találtunk volna meg” (Juhász, 2017/a).

Fröccsműhely és szőr(p)parti

A Fröccsműhely és szőr(p)parti a Gyermekkönyvtárban indult, kortárs irodalmi művekkel foglalkozó biblioterápiás foglalkozássorozat középiskolásoknak, egy nem hagyományos olvasóklub havi egy alkalommal. Komló-Szabó Ágnes, a klub vezetője szerint: „Nem mindegy...hogyan szólítjuk meg a fiatalokat. Ha olyan eszközöket használunk, melyekkel el tudjuk érni, hogy olvassanak, akkor annak a későbbiekre nézve is lesznek pozitív hatásai”. A klub tagjai a könyvtárban találkoznak először a kortárs művel, melyet a vezető olvas föl, az irodalom feldolgozási módját a fiatalok választják ki (Juhász, 2017/b).

MusiX-box

MusiX-box elnevezéssel 2016 májusában indult útjára könyvtárunk zenés videójáték klubja. Országos viszonylatban is egyedülálló kezdeményezés eszköze az Xbox One videójáték-konzol Kinect mozgásérzékelő eszközzel, melynek segítségével kontroller nélkül játszhatók a játékok, az irányítás testmozgás, természetes gesztusok segítségével történik. A zenés ritmusjátékok - Disney Fantasia: Music Evolved (3+), Guitar Hero Live (12+), Just Dance 2017 (3+), Just Dance 2016 (3+) – nagyon népszerűek a kamaszok körében, a játéklehetőség a

³⁸ <http://nagykonyvesbeavatas.hu/node/20>

könyvtár olvasói számára ingyen áll rendelkezésre, nyitvatartási időben játszhatók egyénileg, valamint osztályok, csoportok számára bemutató foglalkozások keretében. A játékok fejlesztik a ritmusérzékét, az ügyességet, a mozgáskoordinációt, emellett kiváló társas szórakozást, közösségi élményt nyújtanak azoknak a hátrányos helyzetben lévőknek is, akik nem engedhetik meg magunknak otthonra. A könyvtártúrák népszerű állomása és lezajlott az első könyvtári Just Dance 2016 bajnokság is.

Fedezd fel a zenei könyvtárat!

Az általános és középiskolás csoportoknak tartott könyvtárbemutató és könyvtárhasználati óráinkat játékos, nem hagyományos elemekkel (bábok, társasjátékok, hangszerek, illatos plakátok, tapintható és hanghatásokat adó könyvek stb.) gazdagítottuk, melyek az élményszerű tanulást is segítik. Angolszász ünnepek és magyar vonatkozásaik könyvtári órásorozatunkban, valamint rendhagyó ének-zenei foglalkozásainkon hangsúlyt fektetünk a könyvtárban való eligazodásra, a könyvtári dokumentumok megismerésére is. *Fedezd fel a zenei könyvtárat!* címmel nyomozó játékot hirdettünk középiskolásoknak, akik zenei dokumentumokban elrejtett nyomok útvonalát követve fedezték fel a zenei könyvtárat, melyet a számukra szervezett ZeneKlub keretében újra meg kellett ismételni. *Pokémonvadászat a könyvtárban* című könyvtárhasználati játékunkban a népszerű Pokémon Go játék karaktereinek felhasználásával a diákok könyvekre vadásznak, játékos formában megismerve a könyvtárat, a szakrendet és a könyvtári dokumentumokat. A foglalkozás mellett napi szinten a kisebbek számára 5 pokémont bújtattunk el a könyvtárban, megtalálásukhoz a könyvtári dokumentumok raktári jelzete és a könyvtári pokédex ad segítséget, a játékos kedvű gyerekek jutalma pokémonos könyvjelző. Ezt a könyvtári vadászatot, mely a Library Scavenger Hunt elnevezésű külföldi példán alapszik, módosítjuk majd a gyerekek épp aktuális kedvenceinek megfelelően.

HEVESTÉKA

A HEVESTÉKA keretében a Heves megyei Könyvtári, Információs és Közösségi Helyeken a Z generáció számára is kínálnak könyvtári programokat, programsorozatokat.³⁹ A játékos, interaktív ismeretterjesztő foglalkozások közül nekik szól pl. a *Keress, találd, tanulj!* interaktív könyvtárhasználati foglalkozás a papírkönyvtártól az elektronikus könyvtárig. A *Multimédiás ének-zene* óra rendhagyó ének-zene műhely könyvtári környezetben, multimédiás eszközökkel, videókkal, képekkel, weboldalakkal, interaktív játékokkal (Humor a zenében, Évszakok, Klasszikusok popritmusban, Musical). *Gárdonyi Géza könyvtára* egy rendhagyó, interaktív könyvtártörténeti óra filmmel, játékkal, titkosírás megfejtéssel. A *Virtuális múltlapozó* gyerekeknek (és felnőtteknek) is szerveződhet, itt a digitális adatbázisokkal ismerkednek, köztük az Arcanum Digitális Tudománytárral, a Hungaricana portálon fellelhető rengeteg kincssel, pl. a Heves Megyei Hírlap (korábban Népújság) digitalizált lapszámaival stb. (igény szerint iPadeket a megyei könyvtár biztosít). *SOS! Előadást tartok! Avagy légy kreatív Prezível!* a magyar fejlesztésű, web-alapú prezentációs szoftverrel ismerteti meg a fiatalokat. Kisiskolásoknak indult az *E'mese vár*⁴⁰ elnevezésű élményalapú olvasásnépszerűsítő program (Komló-Szabó, 2015), melynek tapasztalatait országos szakmai továbbképzésen is megosztották a könyvtárosokkal. A Z generációs kihívások témakörbe tartozó programokat emelném, ki, melyek kiváló lehetőséget nyújtanak a Z generáció olvasóvá nevelésére (Girhiny, 2015). Ezek közül a *Fanatik Ridörz* tini olvasóklub nemcsak Egerben működik, hanem megszerezte választható programajánlat.

Mozdulj rá! Könyvespolctúra : könyvajánlók kamasz szemmel
A program két alapgondolata, hogy a kamaszok szívesebben olvasnak olyan könyveket, amelyeket kortársuk ajánl és a kortárs ifjúsági regények szólítják meg igazán a mai fiatalokat. Gyakran nem tudnak mit kezdeni a kötelező olvasmányokkal,

³⁹ <http://www.brody.iif.hu/hu/konyvtari-programkinalat-2017>

⁴⁰ <http://emesevar.wix.com/emesevar>

főleg azok régies nyelvezete miatt, ezért fontos, hogy nekik szóló, jól szerkesztett szövegek kerüljenek a kezükbe. A program során olyan könyvekkel ismerkednek meg, amelyeket kamaszok ajánlanak YouTube-os videónaplókban kortársaiknak.

FILM-EZ-ŐK : 12-15 éves kamaszoknak

A Z generáció már nemcsak médiafogyasztó, hanem igénye van saját tartalom előállítására is. Ezen az 5 alkalmas foglalkozássorozaton egy, a kamaszok problémáit feldolgozó kortárs regénnyel vagy novellával ismerkednek meg biblioterápiás foglalkozás keretén belül, majd átveszik az iPades filmkészítés alapjait (az iPadeket a megyei könyvtár biztosítja, de ez a későbbiekben ösztönözheti őket, hogy saját eszközeiket – mobil, tablet – alkotásra használják), végül egy trailert készítenek az irodalmi alkotáshoz. Az elkészült kisfilmeket a FILM-EZ-ŐK YouTube csatornáján⁴¹ publikálja a könyvtár.

Összegzés gyanánt egy diák szavait idézném Szálinger Balázs közönségtalálkozójáról a TiniZugból: "A találkozó után még hosszasan cseveghettünk a költővel, aki igazán közvetlenül fogadott minket. Úgy gondolom, hogy aki meghallgatta Szálinger Balázst, eljött erre a tájékoztatóra, annak különleges élményben lehetett része és rengeteget megtudhatott erről a szakmáról, a költő művészetéről, inspirációjáról és életéről. Minden diáktársam nevében írhatom, hogy nagyon hálásak vagyunk a könyvtárnak azért, hogy a találkozók által közelebb hozzák számunkra az élő művészetet, költészetet." (Veréb, 2016)

Irodalomjegyzék

Bárkay T. (2015): Megoldás: Sibelius – Ask FM a könyvtárban: Minden, amit tudni akar a zenéről, és meg meri kérdezni. Népszabadság. 73. évf./64. sz. 12. p. ISSN 0133-1752 <http://nol.hu/kultura/megoldas-sibelius-1522441> Letöltés ideje: 2016. március 27. 19:43

⁴¹ <http://www.YouTube.com/channel/UCYoGuU98d0MTDSibToGFuJQ>

- Bognár N. (2012): A közkönyvtári blogok népszerűsége és sikere Magyarországon. Tudományos és Műszaki Tájékoztatás. 59. évf./1.sz. 13-28. p. ISSN 0041-3917 http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?id=5577&issue_id=533 Letöltés ideje: 2016. március 27. 19:27
- Braun, L. et al. (2014): The Future of Library Services for and with Teens: A Call to Action. [US], American Library Association, 1-52. p. URL: <http://www.ala.org/yaforum/future-library-services-and-teens-project-report> Letöltés ideje: 2017. április 27. 16:29
- Csehné Papp I., Molnár K. (2016): Vágyvezérelt munkakeresés vs. foglalkoztathatóság? A Z generáció munkaerő-piaci ismeretei, elképzelései és motivációi. XIX. Apáczai-napok. Tudományos Konferencia. Tanulmánykötet: Gondolkodási struktúrák és kreativitás. Győr, 2015.10.21-2015.10.22. Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar, pp. 29-37.
- Csehné Papp I., Szabó K., L. Schwarczová, Hajós L. (2017): Ocakavanja a predstavy „Z” generácie univerzitnych studentov od thru práce. (EXPECTATIONS AND VISIONS OF „Z” GENERATION OF UNIVERSITY STUDENTS IN RELATION TO THE LABOUR MARKET). *Acta Oeconomica Universitatis Selye* 6: (1) pp. 23-38.
- Csépányi Z. (2016): TiniZug : Középpontban a tini olvasók. Kapcsolat. 25. évf./1-2.sz. 10-11. p. ISSN 1416-3535 http://brody.iif.hu/sites/default/files/attached/kapcsolat_2016_01.pdf Letöltés ideje: 2017. április 21. 18:06
- Csik T. (2011): Olvasásfejlesztés, olvasásnépszerűsítés a könyvtárban. Könyv és nevelés. – 13. évf./2. sz. 16-29. p. ISSN 0454-3475
- Fodor J. (2014): Könyvtári jelenlét a Facebook közösségi oldalon 2013/2014-ben. Tudományos és Műszaki Tájékoztatás. 61. évf./7-8. sz. 275-294. p. ISSN 0041-3917 http://tmt.omikk.bme.hu/print.html?id=5936&issue_id=562 Letöltés ideje: 2016. március 27. 19:30

- Girhiny E. (2015): Filmelőzetes és kötelező olvasmányok. Lehetőség a Z-generáció olvasóvá nevelésére? Könyvtári Figyelő. 61. évf./4.sz. 508-515. p. ISSN 0023-3773
- Hubay M. (2009): Könyvtári blogok Magyarországon. Tudományos és Műszaki Tájékoztatás. 56. évf./11-12.sz. 503-514. p. ISSN 0041-3917
http://tmt.omikk.bme.hu/show_news.html?id=5240&issue_id=510 Letöltés ideje: 2016. március 27. 18:43
- Juhász H. (2017/a): Fejlődés kötetenként : remélik, folytatódik A Nagy Könyves Beavatás. Heves megyei hírlap, 28.évf./80.sz. 6. p. ISSN 0865-9109
<http://www.heol.hu/heves/kozelet/a-remenyek-szerint-folytatodik-a-nagy-konyves-beavatas-718359/> Letöltés ideje: 2017. április 24. 16:13
- Juhász H. (2017/b): Híd épül az ifjúság és a könyvek között : Fröccsműhely és Ször(p)arti, illetve Fanatic Ridörz. Heves megyei hírlap, 28.évf./73.sz. 12. p. ISSN 0865-9109
<http://www.heol.hu/heves/kultura/froccsmuhely-es-szorparti-illetve-fanatik-ridorz-716719/> Letöltés ideje: 2017. április 25. 11:58
- Juhász H. (2016): Kreatív játék olvasmányokkal : Nagy Könyves Beavatás: a Csoportnélküliek állhattak a dobogó tetejére. Heves megyei hírlap, 27.évf./103.sz. 5. p. ISSN 0865-9109
<http://www.heol.hu/heves/kozelet/nagy-konyves-beavatas-tervben-van-a-folytatasi-663262/> Letöltés ideje: 2017. április 24. 14:13
- Komló-Szabó Á. (2015): Megnyitotta kapuit az E'mese vár. Kapcsolat. 24. évf./3-4.sz. 8-9. p. ISSN 1416-3535
http://www.brody.iif.hu/sites/default/files/attached/kapcsolat_2015_02.pdf Letöltés ideje: 2016. március 30. 10:43
- Paszternák Á. - Takács D. - Mikulás G. (2006): Könyvtár 2.0 [elektronikus dok.]
<http://konyvtar20.pbworks.com/w/page/7614726/FrontPage> Letöltés ideje: 2016. március 27. 18:37

- Szabó F. (2014): "Helló, te nem kellesz" - milyen sors vár a huszonévesekre? : Interjú Tari Annamária klinikai szakpszichológussal [elektronikus dok.] http://eduline.hu/felsooktatas/2014/12/29/Tari_Annamaria_intervju_SQD6FZ/ Letöltés ideje: 2016. március 28. 19:10
- Szomszéd E. (2014): Az egri könyvtárosok akciója mindenkit lenyűgözött <http://www.heol.hu/heves/kozelet/az-egri-konyvtarosok-akcioja-mindenkit-lenyugozott-video-549661> Letöltés ideje: 2016. március 29. 18:50
- Tari A. (2011): Z generáció : klinikai pszichológiai jelenségek és társadalom-lélektani szempontok az információs korban. Budapest, Tericum, 14-29. p., ISBN 978-963-9633-92-6
- Tari A. (2010): Y generáció : klinikai pszichológiai jelenségek és társadalomlélektani összefüggések az információs korban. Budapest, Jaffa Kiadó, 19-24. p., ISBN 978-963-9971-20-2
- Tőzsér I. (2015): Könyvtár a felhőben. In: Könyvtári Minőségi Díj pályázat. Eger, Bródy Sándor Megyei és Városi Könyvtár, 59-71. p., ISBN 978-963-7283-18-5
- Veréb N. (2016) : Új élmények a TiniZugban : a diákok megtudhatták, hogyan vált ismertté Szálinger Balázs. Heves megyei hírlap, 27.évf./14.sz. 5. p. ISSN 0865-9109
- Zsoldos M. (2016): Az IAML Római Kongresszusán [elektronikus dok.] <http://www.iaml.info/news/congress-diary-kongresstagebuch-2-magyarhungarian> Letöltés ideje: 2017. április 22. 15:50
- Zsoldos M. (2014): Webkettes eszközök alkalmazása az egri Bródy Sándor Megyei Könyvtárban [elektronikus dok.] http://www.gvik.hu/uploaded_files/files/programok/konferencia/webkettes_eger_brody_konyvtar.pps <http://www.YouTube.com/watch?v=IKN4roer5J8> Letöltés ideje: 2016. március 28. 18:49
- Zsoldos M. (2009): Webkettes szolgáltatások alkalmazási lehetőségei a zenei könyvtári munkában. Könyvtári Levelező/lap. 21. évf./5.sz. 5-8. p. ISSN 0865-1329

http://epa.oszk.hu/00300/00365/00095/pdf/KLL_EPA00365_2009-05_005-008.pdf Letöltés ideje: 2016. március 27. 19:35