

Generációelméletek

Pedagógusként, szülőként vagy a mindennapok aktív szemlélőjeként szinte biztos, hogy mindannyian találkoztunk már a generációk közötti szakadék jelenségével és annak különféle formáival – sok esetben azonban kommunikációs nehézségek és megértésbeli gátak húzódnak meg a háttérben. Érdeemes tehát a generációk életvitel- és szemléletbeli különbségeit kommunikációs szempontból megközelíteni: a társas viselkedést befolyásoló tényezők mélyebb megértésével és az egyes generációk jellemzőinek feltérképezésével a fennálló különbségek áthidalhatóak – vagy legalábbis csökkenthetőek.

Generációk akkor és most

A generációelméletek megértéséhez mindenekelőtt meg kell határozni magának a „generációnak”, azaz „nemzedéknek” a fogalmát. A hagyományos, biológiai meghatározás szerint a generáció „a szülők és utódaik születése közötti átlagos időintervallumot” jelöli, mely kb. 20-25 évet ölel fel. Mára azonban a csoportok gyors változásai – az új technológiák megjelenése, az átalakuló karrierutak és értékrendek, valamint az eltolódó társadalmi értékek – következtében mindez érvényét veszítette. Napjainkban a generáció fogalmát tehát sokkal inkább szociológiai, semmint biológiai szempontból érdemes megközelíteni.

Szociológiai értelemben a generáció olyan személyek csoportja, akik ugyanabban a korszakban születtek, akiket sajátos események, trendek és folyamatok alakítottak és kötnek össze. A generációhoz tartozás tehát azt jelenti, hogy a kortársak történelmileg azonos korszakban és földrajzilag azonos helyen élnek, valamint hasonló értékeket képviselnek. A legújabb generációk azonban már átlépik a földrajzi és kulturális határokat (az első „globális generáció”), ezáltal jellemzően inkább élményeikben és tapasztalataikban, semmint irányítószámukban osztoznak egykorú társaikkal szerte a világon.

Az amerikai, a japán és a magyar fiatalok ma ugyanazon eseményekhez kötődnek („viszonyítási pontok”), ugyanazokat a trendeket és példaképeket („referenciaszemélyek”) követik, valamint ugyanazok a kedvenc előadók („hőseik”) és márkáik is. Gondoljunk csak az idei év slágerének, a *Despacitónak* kontinenseken átívelő sikerére, Steve Jobs előadói példaképként való megjelenésére, a TED-előadások népszerűségére vagy akár a Google babzsákfoteles, csúszdás irodaházának inspiráló, álmunkahelyként való megjelenésére. De vajon miért olyanok „ezek a mai fiatalok”, amilyenek, és mi áll a kreativitást, függetlenséget és egyéniséget felértékelő legújabb generációk értékrendjének háttérében?

Milyen generációkat és elméleteket ismerünk?

A generációkutatások megjelenése a 20. század második felére tehető: az egyes nemzedékek és jellemzőik csoportosítására többféle megközelítés létezik, melyek közül a legmeghatározóbb elméleteket foglalja össze az alábbi táblázat. Az 1925-től napjainkig születettek generációs jellemzőinek áttekintése alapján láthatóvá válnak a motiváció és kommunikáció meghatározó aspektusai, azonban fontos megjegyezni, hogy a generációk e felosztása továbbra is vita tárgyát képezi.



Szöveg:
Komár Zita

egyetemi tanársegéd,
Budapesti Corvinus
Egyetem Marketing
és Média Intézet
Marketing-, Média- és
Designkommunikáció
Tanszék



Csendes vagy veterán generáció (1925–1942)

- Tagjaira a pálya széléről figyelő (óvatos, visszafogott), biztonságra törekvő magatartás jellemző.
- Magánéletükben a családi értékek kiemelt fontossággal bírnak.
- Nehezen tudnak megbirkózni a digitális társadalom kihívásaival, a „felgyorsult világgal”.

Próféták / Idealisták – Baby-boomerek (1943–1960)

- Tagjaik a háború után születtek, ifjúkorukat a civil mozgalmak határozták meg.
- Gyermekek- és fiatal felnőttkorukat a lázadás, a szabálytagadás jellemezte (pl. hippikorszak).
- Motivációs struktúrájuk elemei: megfelelés, mély szakmai tudás, a sokoldalúság igénye.

Nomádok / Reaktívak / Digitális bevándorlók – X generáció (1961–1981)

- Az ébredés, a „lelkiismereti forradalom” ciklusának gyermekei: a hírnökmenedék / átmeneti generáció fiatalkorát a relatív béke és jólét korszakában töltötte.
- Megoldáskereső, megbízható, kontrollált magatartás jellemzi őket, mely elmélyült szakmai igényességgel és tudással párosul.
- Motivációs struktúrájuk elemei: státusz, pénz, a társadalmi ranglétrán való előrejutás.

Hősök / Civilek / A digitális bennszülöttek első generációja – Y generáció (1982–1995)

- A posztmodern világ szülöttei, akik a 2001. 09. 11. utáni krízisperiódusban éltek fiatalkorukat.
- Tagjai magabiztos, energikus, kifejezetten tehetséges, kreatív személyek, akik a korábbiakhoz jelentősen eltérő viselkedést mutatnak a tanulás és a munkavégzés területén.
- Együtt nőttek fel a modern technika fejlődésével, információéhségük kifejezett, a multikulturális környezetet könnyedén, laza attitűddel kezelik, és jellemző rájuk a „multitasking”.
- Motivációs struktúrájuk elemei: a kortárs csoportok hatása erős, szívesen dolgoznak társakkal együtt, ugyanakkor jellemző rájuk a céltalanság és a kiszámíthatatlanság is.

Művészek / Alkalmazkodók / Netgeneráció / Digitális bennszülöttek – Z generáció (1996–2010)

- A terrorizmus krízisperiódusában, a globális válság és a klímaváltozás idején születtek.
- Életüket „bedrótözva” éltek (szimultán több médium felhasználói): bátrak, kezdeményezők, kevésbé kételkednek saját képességeikben és korlátaikban, praktikus szemléletűek.
- Motivációs struktúrájuk elemei: „Beleszülettek” az internet világába, mely emberi kapcsolataikat és kommunikációjukat is átalakítja: az online világ kitágítja énjük határait, és alakítja identitásukat.
- Az offline vagy „való” világban konfliktuskezelési készségük hiányos (pl. indulatkezelési nehézségek, agresszió, a tekintélyhez való megváltozott viszony).

Alfa generáció (2010–)

- A 2010 után születettek korosztálya, amelyről még nagyon kevés információ áll rendelkezésünkre.
- Több helyen „új csendes” generációként említik, mivel családi és óvodai viselkedésükre a korábbiakhoz képest csendesebb, visszafogottabb viselkedés jellemző (ugyanakkor egyes tagjainál az agresszió erősödése is megfigyelhető).



Világok (h)arca

Mindebből látható, hogy a generációk közötti különbségek akár a harmonikus kommunikáció, az egymást értő és megértő együttélés akadályává is válhatnak. A meg nem értésből adódó generációs szakadék családi és oktatási szituációkban egyaránt gondot okozhat, különös tekintettel a kulturális, motivációs és szocializációs különbségekre. A millenniumi generációk (Y és Z) „digitális bennszülöttként” könnyen és gyorsan eligazodnak a digitális világban, melynek jellemzői elsősorban nem technikai, sokkal inkább kulturális értelemben meghatározottak: az így létrejövő digitális kultúra komplex, megfoghatatlan, interaktív (kölsős, közvetlen kapcsolaton alapuló) és interkonnectív (a folyamatos összekapcsoltság érzetét kelti), elemei testre szabhatóak.

Napjaink kultúrájának alapvető jellemvonása az azonalitás, a globalizált (és egyben uniformizált) tartalmak helyi értelmezése, valamint a tömegkulturális szimbólumok folyamatos terjedése és használata – melyek a legújabb generációk számára a világ természetes velejárói. Azonban a számítógép, a digitális objektumok és az internet megjelenése alig 20 év leforgása alatt mentális-kulturális sokkok sorozatát okozta, melyhez a korábbi generációk csak lassan képesek (ha egyáltalán képesek) alkalmazkodni. Mindebből kitűnik, hogy az egyes generációknak nemcsak hogy mások a tapasztalataik, de „más nyelvet is beszélnek” – ez azonban nem jelenti azt, hogy nem érthetjük meg egymást. A legújabb generációk jellegzetes kommunikációs stratégiáinak, stílusának megismeréséhez nyújt segítséget a következő összefoglaló.

Do you speak digital?

A Z és a fiatalabb generációk társas igényeit és kommunikációs stílusát nemcsak sajátos kultúrájuk, de a digitális nyelv jellemzői is befolyásolják, amelyek az írásbeli és szóbeli kommunikáció jellegzetességeit ötvözik:

- egyszerre **többszörös, szimultán kommunikáció**, mely mind az irodalmi nyelvtől, mind a köznyelvtől elszakad;
- **állandó „online jelenlét” és kapcsolattartás**: minden kommunikáció **jelen időben** történik („supermost” generáció);
- **rövid és tömör** üzenetváltások, a **képi tartalmak** és matricák szöveget helyettesítő funkciója;
- **angol nyelvi kifejezések** és rövidítések sűrű használata (pl. *YOLO* – *you only live once*, 'egyszer élünk'; *LOL* – *laugh out loud*, 'hangosan nevet'; *OMG* – *oh my God*, 'ó, Istenem!' stb.);
- új jelölési konvenciók, **„trendek”** megjelenése (pl. címkézés: a hashtag # használata);
- az aktuális **érzelmi állapotok és hangulatok** kifejezésére irányuló, erős „képi-nyelvi” igény (pl. emotikonok használata: 😊 ☹️).

Ajánlott irodalom

- Bessenyei István: A digitális bennszülöttek új tudása és az iskola. *Oktatás-Informatika*, 2010, 2. évf., 1–2. sz., 24–31.
- Howe, Neil – Strauss, William: *Millennials Rising: The Next Great Generation*. USA: Knopf Doubleday Publishing Group, 2000.
- Lénárd András: A digitális kor gyermekei. *Gyermeknevelés*, 2015, 3. évf., 1. sz., 74–83.
- McCrindle, Mark – Wolfinger, Emily: Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. *Korunk*, 2010, III. folyam, 21. 11. sz. http://korunk.org/letoltpapok/Z_RKorunk2010november.pdf
- Oblinger, Diana G. – Oblinger, James. L.: *Educating the Net Generation*. 2005. www.educause.edu/research-and-publications/books/educating-net-generation
- Prensky, Marc (2001): *Digital Natives, Digital Immigrants*. Part 1–2. 2001. <http://bit.ly/CdgmV>
- Rab Árpád (2007): Digitális kultúra. A digitalizált és a digitális platformon létrejött kultúra. In: Pintér Róbert (szerk.): *Az információs társadalom. Az elmélettől a politikai gyakorlatig*. Tankönyv. Budapest: Gondolat – Új Mandátum, 2007, 182–200.
- Szabados Sándor: Digitális bennszülöttek. *Oktatás-Informatika*, 2009, 1. sz., 19–23.
- Tapscott, Don: *Digitális gyermekkor*. Budapest: Kossuth, 2001.
- Tari Annamária: *Y generáció*. Budapest: Jaffa, 2010.
- Tari Annamária: *Z generáció*. Budapest: Tericum, 2011.