



DOI: 10.18427/iri-2017-0107

Z-generáció társadalmi kihívásai, avagy hogyan alkalmazkod(j)unk a jövő fiataljaihoz?

Kocsis Anett

**Széchenyi István Egyetem Regionális- és Gazdaságtudományi
Doktori Iskola**

Bevezetés

X, Y, Z – generáció! Pár évtizeddel ezelőtt, ha a hétköznapi emberek meghallották ezeket a fogalmakat, nem is igazán tudták, hogy mit takarnak. Ennek kettő magyarázata is lehet. Az egyik, hogy az internet nem volt jelen a háztartásokban, így az emberek főként az újságokból és a televízióból értesültek a legfőbb hírekről, ahol nagyon kevés szó esett a témáról. A másik magyarázat pedig, hogy nem volt különösebb jelentősége a generációs jellemzőknek, így azok nem foglalkoztatták a közvéleményt. Mára azonban a helyzet jelentősen megváltozott. Az internetet vagy az újságokat böngészve szinte minden nap találkozhatunk egy – egy, a Z – generációt érintő cikkel. Ezeket a tanulmányokat olvasva olyan érzésünk támad, hogy a korábbi generációkkal ellentétben a társadalomnak komolyan fel kell készülnie az ezredfordulón született, lassan a felnőttkorba lépő gyerekek fogadására.

A félelmet főként az támasztja alá, hogy a témában jártas szakemberek is éles jelzőkkel illetik az adott időintervallumban született gyerekeket, fiatal felnőtteket. *„Semmivel sem törődik a Z – generáció”, „Bajban a munkaadók: rugalmas, de hűtlen a Z – generáció”, „Akik nem akarnak belehalni a munkába – a Z – generáció a munkaerőpiacon”*. Csak néhány azok közül a cikkek közül, amelyekkel az interneten találkozhatunk. Ezek a szalagcímek is azt bizonyítják, hogy szembe kell nézni azzal, hogy a jövő fiataljainak életvitele nagyban különbözik a korábbi generációk képviselőitől, így elengedhetetlen az, hogy felhívjuk az emberek figyelmét a téma fontosságára.

Valóban ekkora érvágás volt a századforduló a generációk között? Tényleg ekkora figyelmet kell szentelni a 2000 – es évek elején született gyerekeknek? Tanulmányomban főként ezekre a kérdésekre szeretnék választ kapni, valamint arra, hogy miként kell vagy lehet alkalmazkodni a jövő generációihoz?

Fogalmi áttekintés

Ahhoz, hogy jelentőséget nyerjenek a különböző jelzőkkel, betűkkel azonosított generáció csoportok, meg kell értenünk, hogy mit is jelent a generáció szó, amely nem más, mint „*ugyanabban az időben, korban élő emberek, hasonló korban születettek korcsoportja*” (Magyar Értelmező Kéziszótár) Ha biológiai értelemben nézzük, akkor azt mondhatjuk, hogy nagyjából harminc – harmincöt év határol le egy generációt. Ezzel, a főként biológiai értelmezéssel szemben sokkal több tényezőt kell figyelembe venni, amikor egy generációt meghatározunk. „*A generáció olyan személyek csoportja, akik ugyanabban a korszakban születtek, ugyanazon időszak formálta őket, és ugyanazon társadalmi jellemők voltak hatással rájuk, azaz egy azonos életkor és életszakasz, létfeltételek, technológia, események és tapasztalatok által összekapcsolt csoport*” (Ferincz & Szabó, 2012). Ebből is látszik, hogy nagyon sok külső tényező is formálja a generációkat. Howe és Strauss (1991) szerzőpáros fogalmazta talán meg a legjobban azokat a tényezőket, amelyek megléte indokolja az egy generációba tartozást. Az első az érzékelt tagság, amelynek lényege, hogy a tagok egy csoportba sorolják magukat a többiekkel, vagyis érzik, hogy egy generációba tartoznak. A második jellemző a közös hiedelmek és magatartásformák egyezősége, amely a családdhoz, valláshoz, politikához való hasonló hozzáállást feltételezi. A szerzők által megfogalmazott harmadik szempont a történelemben való közös elhelyezkedés. Ebben az esetben arra kell gondolni, hogy egy történelmi esemény hatása összeköti a generációs tagokat.

A 21. században szinte minden nap találkozhatunk a generációk kérdéskörével, azonban ez nem volt mindig így. A témakör az egyes országokban más és más módon jelenik meg. Vannak olyan nemzetek, ahol szinte nem is foglalkoztak vele nagyon sokáig, ilyen például Nagy-Britannia. Nagyon érdekes, hogy a tengerentúli társadalomtudósok is csak a hatvanas években fedezték fel a jelentőségét. Ezzel szemben ebben az időszakban Franciaországban a tudósok már parázs vitákat folytattak. Németország volt az egyetlen, ahol már több, mint kétszáz éves múltra tekinthetnek vissza a generációkutatás területén. Ennek egyik oka a generációs alapú mozgalmakban, míg a másik oka német történelemben keresendő. Talán ennek a generációkutatás múltjának eredménye, hogy Németországnak, de magyar szerzőnek köszönhetjük a téma egyik legfontosabb művét, amelyet Mannheim Károly írt „*A nemzedékek problémája címmel*”. Bár magyar származású szerző nevéhez fűződik a témát feldolgozó egyik alapmű, itthon mégis csak az 1990-es évek elején lett nagy divatja a generációváltás kutatásának (Szabó & Kiss, 2013).

Jelenleg a világban a érett (veterán), a babyboom, az X, az Y és a Z, vagyis öt, teljesen különböző generáció él együtt. Ezek a különbségek természetesen egyre gyakrabban konfliktushoz vezetnek. Gondolunk csak arra, hogy a mindennapjaink során – legyünk akár iskolában vagy akár a munkahelyen – nagyon sok különböző felfogású emberrel vagyunk körülvéve. A beállítódásaink, véleménykülönbségünk pedig nagyon sok

helyzetben konfliktust eredményez. Miért lenne ez másképp a generációk között? Képzeljük csak el azokat a helyzeteket, ahol két különböző generáció találkozik, amelyek tovább élesednek akkor, ha minél „távolabbi” generációk tagjai kerülnek konfliktushelyzetbe.

Mielőtt rátérnénk a generációs konfliktusok tárgyalására, feltétlenül tisztázni kell azt, hogy mit tekintünk konfliktusnak ebben a témakörben. Nagyjából kettő irányba indulhatunk el a generációs konfliktusok értelmezésekor. Az egyik irány potenciális/rejtett konfliktusról beszél, amely nem más, mint egy megfigyelő által észlelhető feltárható ellentét. A másik irány ezt a típust kizárja és csak az aktuális konfliktust fogadja el, vagyis csak az lehet konfliktus, amelyet az egyes felek is annak tekintenek és kinyilvánítják a célok összeegyeztethetlenségét. Másik fontos kérdés a konfliktusok tárgyában áll, hiszen alapvetően anyagi eszközök birtoklása áll a középpontban. A generációs konfliktusok esetén azonban elsősorban a jóléti források elosztása okozhatja a vitákat. Ha nemzedékekről beszélünk, akkor kikerülhetetlen az életmódbeli, hittel vagy identitással kapcsolatos is vita is. Talán elsősorban ezen tényezők közötti óriási különbségek okozzák a generációk közötti legtöbb feszültséget (Szabó & Kiss, 2013).

Az egyes generációk fő jellemzői

Abban talán mindenki egyetért, hogy hiába folytatunk vitákat akár a generáció, akár a konfliktus különböző megfogalmazásainak helyességéről, sokkal inkább arról kellene eszmecsere-t folytatni, hogy hol gyökereznek a problémák és miként lehetne azokat megoldani vagy még inkább megelőzni. Ahhoz, hogy ezekre a kérdésekre választ kapjunk, mindenképp szükséges megvizsgálni az egyes generációk jellemzőit.

1. ábra. A generációk tagolásának különböző nézetei

Howe és Strauss (2000)	Martin és Tulgan (2002)	Oblinger és Oblinger (2005)	Reeves és Oh (2007)	Mccrindle Research (2012)
Csöndes generáció (1925-1943)	Csöndes generáció (1925-1942)	Érettek (<1946)	Érett generáció (1924-1945)	Építők (1925-1945)
Boom generáció (1943-1961)	Baby boomerek (1946-1964)	Baby boomerek (1946-1964)	Boom generáció (1946-1964)	Baby boomerek (1946-1964)
13. generáció (1961-1981)	X generáció (1965-1977)	Gen-Xers (1965-1980)	X generáció (1965-1980)	X generáció (1965-79)
Évezred generációja (1982-2000)	Évezred generációja (1978-2000)	Gen-Y, NetGen, Évezred Generációja, Millenaristák (1981-1995)	Évezred generációja, Millenaris generáció (1981-2000)	Y generáció (1980-1994)
-	-	Post-Millenaristák, Évezred utániak (1995-)	Z generáció (2001-)	Z generáció (1995-2010)

Ahogy a táblázat is mutatja, ahány szerző, annyi megnevezés látott napvilágot az egyes generációkról. Azonban nem csak a névben nem értenek egyet a témában jártas szakemberek, hanem abban sem, hogy mely időintervallumra tehető az egyes generációk. Már az „első” generáció esetén sem volt teljes az egyetértés. Míg Howe és Strauss (1991) szerzőpáros „csöndes generációnak” nevezte ezt a nemzedéket, addig egy 2012-es McCrindle kutatásban az „építők” elnevezéssel illették, de gyakran találkozhatunk a „veteránok” vagy az „érett generáció” jelzővel is. Az igazat megvallva, nevezhetjük bárhogy az egyes generációkat, ugyanis nem a névben rejlenek a problémák okai, sokkal fontosabbak azok a fő jellemvonások, amelyekkel azonosíthatók a csoportok tagjai.

2. ábra. A generációk tagolódása Magyarországon

Történeti idő	-1949	1949–1962	1963–1989	1990–1995	1996–
	fényes szelek, világháború, Horthy-korszak	a hosszú '50-es évek	a kádári konszolidáció, majd válsága	a transz-formációs válság	a poszt-szocializmus
Egyéni idő	Generációk öregeése				
<i>Fiatal:</i> 1983–1997 <i>fiatal</i> <i>középkorú</i> 1963–1981					fiatalkori szocializáció
<i>középkorú:</i> 1948–1962			családi, fiatalkori szocializáció	felnőttkori szocializáció	
<i>idős</i> -1947	családi, fiatalkori – elsődleges szocializáció		későbbi, felnőttkori – másodlagos szocializáció		

Ahogy a külföldi, úgy a hazai kutatókat is foglalkoztatta a generációk tagolódása, így ennek megfelelően elkészítették a 20. században élő generációk „beosztását”, amelyet a fenti ábra szemléltet. Az időszakra jellemző sok politikai változás szinte megköveteli, hogy ehhez igazodva alakítsák ki a kutatók a generációkat Magyarország tekintetében. Látható, hogy az elosztásban megjelenik a Horthy korszak, a kádári konszolidáció fénykora és válsága, illetve a 2000-es évekhez közeledve a posztszocialista időszak.

Érett generáció (Veteránok) – 1925-1945

Az érett generáció tagjai a 20. század első felében születtek, így általánosan elmondható róluk, hogy mindannyian nyugdíjas éveiket élik. Valamennyien megélték a második világháborút, amely nagyon komoly összekötő kapocs a nemzedék tagjai között. Az értékrendjük, normáik élesen különböznek a későbbi generációktól több szempontból is. Egyrészt

a munkához való hozzáállásuk merőben más, hiszen nagymértékű elköteleződést mutattak egy – egy munkahely iránt. Nem volt ritka, hogy egész életüket egy helyen dolgozták végig és abból a termelőszervezetből mentek nyugdíjba, ahova fiatalon kerültek. Ebből következik az is, hogy a nyugdíjasok – akik a mai fiatalok nagyszülei – nehezen értik meg unokáik munkahelyhez való hozzáállását, vagyis annak gyakori váltását. A másik óriási különbség az info-kommunikáció robbanásszerű fejlődésében rejlik, ugyanis a veteránok nemzedékében ez még teljesen ismeretlen fogalom volt, nem volt a mindennapi élet része az internet vagy az okostelefon. Az idősek csupán felnőtt korukban hallottak ezekről a dolgokról, és sokan nem is érezték/érezik szükségét annak, hogy használják őket, így azzal is nehezen azonosulnak, hogy bárhova mennek, csak azt látják, hogy a fiataloknak állandóan a kezükben van a mobil. Legtöbbször a mai napig furcsán néznek, ha azt hallják, hogy „*felmegyek a netre*” vagy „*like-olom facebookon*”. Talán kissé idegennek is érzik magukat ebben a világban vagy a fiatalokat érzik idegennek az ő világukban? (Tari, 2010)

Baby boomerek – 1946-1964

A baby boom generáció első tagjai a világháború végéhez közeledve született, így őket főként a háború utáni szűkösség határozta meg, amely nagyon komoly nevelő értékkel is bírt, hiszen megtanulták értékelni azokat a minimális erőforrásokat is, amely a rendelkezésükre állt. Bár legtöbbször igyekezett kitörni és keresték az új és jobb lehetőségeket, de életüket még mindig áthatotta az előző generáció értékrendje. Számos tagjuk még az aktív dolgozók táborát erősíti, de egyre inkább jellemző a munkapiacról való kiszorításuk. A probléma főként abból adódik, hogy nagy különbségek mutatkoznak köztük és a fiatal generáció tagjai között. A legfőbb ok ebben az esetben is az információs technológia fejlődésében keresendő. Igaz, hogy ez a nemzedék már közelebbi kapcsolatban van az internettel, főként gyerekeik révén – akik főként az Y generációba tartoznak – de még ők sem tartják létszükségletnek a mindennapi használatát. Lassan a baby boom generáció is abba helyzetbe kerül, mint a szüleik, hogy egyre nehezebben tudnak „alkalmazkodni” a 21. századi fiatalok, vagyis gyerekeik, unokáik világához (Tari, 2010).

X generáció – 1965-1979

Az X generáció volt talán az első olyan generáció, amely élesen különbözött a korábbi nemzedékektől. Ők már fiatalon találkoztak a multimédiás világgal, így sokkal könnyebben azonosultak vele. A munkához való hozzáállásuk is merőben más volt, mint elődjeiké. Egyrészt a munkaerő-piac is rengeteget változott, hiszen ekkorra datálható a multinacionális cégek térnyerése. Másrészt pedig felismerték azt, hogy csak akkor juthatnak előbbre, ha megfelelően menedzselik

magukat, fontossá vált számukra a karrier. A média is komoly hatást gyakorolt rájuk, hiszen a reklámok fogyasztásra, vásárlásra ösztönöztek. Sokkal gyakorlatiasabban igyekeztek a feladatokat megoldani, preferálták a csapatmunkát. Ezek mind – mind olyan jellemvonások, amelyek korábban nem fedezhetők fel, így ekkor már beszélhetünk a mai a generációs konfliktus gyökereiről. Bár azt hisszük, hogy a mai generációval sokkal jobban tudnak azonosulni, hiszen az X-ek is egy teljesen más életet éltek, mint felmenőik, de ha jobban megvizsgáljuk a helyzetet, akkor azt tapasztaljuk, hogy még nekik is sokat kell tanulniuk a 21. század fiataljairól, nem is beszélve azok elfogadásáról (Tari, 2010).

Y generáció – 1980-1994

Ha az X generáció esetén beszélhetünk különbségekről az elődeikhez képest, akkor az Y generációt nem is lehet igazán összehasonlítani nagyszüleikkel, dédszüleikkel. Ők már egészen kicsi korban megismerkedtek az internet világával, számukra természetes (sőt elvárt) dolgok közé tartozik az okostelefon vagy a tablet. A globalizációnak köszönhetően az egész világ nyitva áll előttük. Talán főként ennek köszönhető, hogy nagyon könnyen barátkoznak külföldiekkel. A munkahelyekkel szembeni elvárások is teljesen másképp alakulnak a nemzedék tagjai között. Nem motiválja őket a fix munkahely, nagyon könnyen váltanak, ez természetesen megnehezíti a HR osztályok dolgát, ugyanis nagyon nehéz őket megtartani. Nagyon sok információval rendelkeznek a világról, de ez a tudás nem mondható mélynek.

Z generáció – 1995-2010

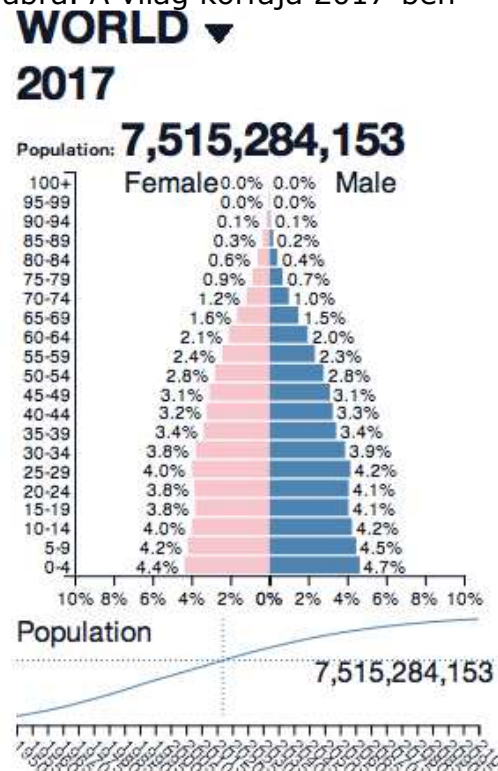
Már az Y generáció is kihívás elé állítja az idősebb korosztályt, Z generáció megjelenése pedig csak tetézi a gondokat. De melyek azok a fő tényezők, amelyek ezt a generációs konfliktust kirobbantották? Az első és legfontosabb magyarázat, hogy ők az első globális nemzedék a világon, olyan kifejezéseket használnak, amelyet mások nem értenek. Mindegy, hogy a világ mely pontján élnek, ugyanazokat a filmeket nézik, zenét hallgatják. A közösségi oldalaknak köszönhetően folyamatosan kapcsolatban lehetnek egymással (Tari, 2011). Abból, hogy mindig a telefon applikációinak segítségével beszélgetnek arra következtetünk, hogy a személyes kapcsolatok erősen háttérbe szorúlnak. Tévesen hisszük, hiszen több kutatás is az ellenkezőjét igazolja (McCrindle & Wolfinger, 2010). A mobilinternetnek köszönhetően a világháló elérése nem ütközik semmibe. Ennek is lehet előnye, mégpedig az, hogy a fiataloknak rengeteg információjuk van a világ történéseiről. A pozitívum mellett ennek természetesen számos negatív hatása is van. A legkomolyabb, hogy bár egyre okosabbak az egész pici gyerekek is, az érzelmi intelligenciájuk sokkal lassabban fejlődik elődjéinél. Ebből az a helyzet

alakul ki, hogy nagyon sokáig gyerekek maradnak. Ennek első hullámaként talán a sokat emlegetett „mamahotel” jelentkezik. A munkakultúra is óriási változáson ment keresztül a vizsgált időszakban. A Z generáció tagjai az internetnek köszönhetően szinte a világ minden pontján elérhetők és képesek munkát vállalni. A gyakori munkahelyváltás sem okoz nekik problémát, de a pontos munkavégzés mindennél fontosabb, a feladatok megoldásában főként közösségi érdekek előtérbe helyezését és az együttműködést preferálják. A legújabb nemzedék a marketingszakembereket is komoly kihívás elé állítja, hiszen tagjai kis kortól kezdve ki vannak téve a (gyakran nem is helyes) információ tömegének. Csak azok az üzenetek érhetnek el a netgeneráció tagjaihoz, amelyek elég érdekesek és le tudják kötni a figyelmüket, így a reklámokat is úgy kell felépíteni, hogy ennek a feltételnek megfeleljenek (Pál & Törőcsik, 2013).

Generációk számokban

A korábban bemutatott jellemzők csak egyik oka annak, hogy komolyan vegyük a 21. század generációs feszültségét, hiszen láttuk, hogy óriási változások figyelhetők meg a közel száz év leforgása alatt. Érdeemes azt is megvizsgálni, hogy számokban hogyan alakulnak a dolgok, vagyis milyen az arány az egyes generációk között.

3. ábra. A világ korfája 2017-ben



Forrás: <https://www.populationpyramid.net/world/2017/> [2017.05.02.]

Ahogy a korfán is jól látszik, veterán generációnak már csak kis része él nyugdíjasként, így a lakosság nagyon kis részét teszik ki. Ez persze nem azt jelenti, hogy a velük való generációs konfliktust nem kell komolyan venni. A konfliktust megalapozó Y generáció, aztán egy magasabb szintre emelő Z generáció jelentős hányadot képvisel a világ lakosságában. Ez is azt bizonyítja, hogy mivel ők jelentik a jövőt és tőlük függenek a korábbi nemzedékek (elég, ha csak a nyugdíjrendszer válságára gondolunk Magyarországon), mindenképpen meg kell találni a közös hangot. Ez természetesen nem azzal egyenlő, hogy mindenben igazat kell adni és mindent el kell fogadni. A kompromisszumkötési képesség nagyon fontos szerepet játszik náluk.

Konklúzió

Ahogy korábban is láttuk, minden egyes nemzedék között voltak óriási különbségek, ami a nézeteket, beállítódásokat, értékrendet illeti. Mégis azt tapasztaljuk, hogy korábban nem tulajdonítottak akkora jelentőséget a generációs vitáknak. A kérdés az, hogy akkor most mi okozza azt a komoly figyelmet, amelyet a Z generáció, illetve a vele kapcsolatos viták kapnak? A válasz úgy hiszem elsősorban a generációs jellemzők különbözőségében keresendő. Abban talán egyetért mindenki, hogy ez a generáció különbözik a legjobban a korábbi nemzedékektől. Elsősorban ez nem az ő hibájuk, ha lehet ezt egyáltalán hibaként említeni, hanem főként a világban megfigyelhető – és korábban nem tapasztalható – nagyléptékű változásból, fejlődésből ered. Ennél a generációnál a legélesebb a váltás.

A generációs konfliktusok főként abban keresendők, hogy a különböző korban született emberek különböző társadalmi helyzetben szocializálódtak, eltérő környezeti, jogi, gazdasági és főként technológiai feltételek álltak a rendelkezésükre. Ha arra gondolunk, hogy az érett generáció tagjai egész életüket egy munkahelyen, egy városban élték le (beállítódásuk vagy épp történelmi okok miatt), addig a mai fiatalok előtt főként a globalizációnak köszönhetően nyitva áll az egész világ. Ahogy az egyes generációk bemutatásánál is láttuk egy ma élő idős ember feltételei, nézetei, körülményei jóval korlátozottabbak voltak. Talán ebből adódott aztán a munkához való hozzáállása, a vásárlási szokásai. Ezzel szemben a ma élő fiatalok előtt nincs akadály semmilyen területen, így aztán sokkal szabadabban váltanak munkát is. Már arra is tettem korábban utalást, hogy a jelenleg együtt élő öt generáció – az eltérő értékrend miatt – állandó konfliktushelyzetben van, hiszen nem nehéz elképzelni, hogy milyen nehéz azonosulnia a Z generáció nagyszüleinek a fiatal korosztály szokásaival, értékrendjével. A kérdés az, hogy kinek kell engedni? A választ nehéz megtalálni. A korfa vizsgálatából kiderül, hogy egyre fogy a népesség, sokkal nagyobb hányadot tesznek ki a fiatal nemzedékek, ugyanakkor nem szabad figyelmen kívül hagyni az idősebbek által képviselt értékeket sem. A megoldást valószínűleg a kompromisszumban kell keresni.

Irodalomjegyzék

- Ferincz A., & Szabó Zs. (2012). Z generáció hatása a munkáltató szervezetekre. *Munkaügyi Szemle*, 56 (2), 88-92.
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. NewYork: Vintage Books.
- McCrinkle, Marc, & Wolfinger, Emily (2010). Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása. *Korunk*, 21 (11), 13-18.
- Pál, & Törőcsik (2013). *Irodalmi áttekintés a Z generációról. TÁMOP – 4.2.3-12/1/KONV-2012-2016 Tudománykommunikáció a Z generációnak*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.
- Szabó A., & Kiss B. (2013). Konfliktus és generáció. A generációs konfliktusok kutatásának fogalmi kiindulópontjai. *Politikatudományi Szemle*, 22 (4), 97-115.
- Tari, A. (2010). *Y generáció*. Budapest: Jaffa Kereskedelmi és Kiadó Kft.
- Tari, A. (2011). *Z generáció*. Budapest: Tericum Kiadó Kft.