

Z-generáció az oktatás világában

Dr. habil Garai-Fodor Mónika

Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar, egyetemi docens
fodor.monika@kgk.uni-obuda.hu

Csercsa Klaudia

Óbudai Egyetem Keleti Károly Gazdasági Kar hallgató, demonstrátor
claudiacsercsa@gmail.com

Absztrakt: A Z generáció tagjai egy technikai forradalom szülöttei és merőben eltérő életvitelűek van, mint a korábbi generációk tagjainak. Az internet adta lehetőségek által már zsebben hordva, gombnyomásra elérhető számukra a világ és benne számos információ. A tanulmány fő kutatási kérdése, hogy miként hat mindez a fiatalok tanulására? Mit és miért tanulnak szívesen? Használnak-e még papír alapú könyveket, vagy már mindent csak digitalizált formában alkalmaznak szívesen? Milyen eszközökkel és mennyire tudják a pedagógusok és szülők motiválni a Z-generációs gyermekeket? Miben érzik magukat jónak és miben jók „a digitális bennszülöttek”?

A kutatási kérdésre kvantitatív adatfelvétel eredményeinek tükrében fogalmazzuk meg a választ, útmutatást adva ezzel egyrészt a Z generációt foglalkoztató munkáltatóknak, másrészt oktatóknak a generációspecifikus motivációs eszközök meghatározásához. Ezen felül meglátásunk szerint a tanulmány eredményei révén segítséget nyújthat a szülőknek is, hogy jobban megértsék Z generációs gyermekük viselkedését, reakcióit, hogy mitől érzik magukat jobban és kikkel, mi módon „lőnek együtt” szívesen.

Kulcsszavak: Z generáció, oktatás, motiváció, tanulás

1. Bevezetés

A XXI. század társadalmában élő embereket számos módon meg tudjuk különböztetni, csoportokba tudjuk sorolni. Tágabb értelemben ilyen lehet az etnikai csoportokhoz való tartozás, a nemek szerinti csoportosítás, a korcsoportok, a világnézet, a vallás, vagy akár a politikai nézetek. Mindenki a maga módján egyedi, mégis vannak közös vonásaink.

Az 1900-as évek elején Jose Ortega y Gasset (1931) és Karl Mannheim (1927, 1952) fogalmazták meg a napjainkban is használatos generációs tézisek alapjait. Azokat tekintjük egy generáció tagjainak, akik egy adott időintervallumon belül születtek. Közel azonos életkorúak, értékrendjük hasonló, hétköznapijait közösen élik meg kortársaikkal. Történelmileg és földrajzilag azonos és adott helyen élnek. (Mannheim, Gasset). [3] [6]

A kutatási célnak megfelelően külön fókuszáltunk a Z generáció speciális tulajdonságaira azon belül is az oktatáshoz való viszonyukra, a tanulási szokásaikra és motivációikra.

Mindennapjainkat érintő kérdés az oktatási rendszer milyensége. A média hangos a sok kritikától, és közbeszéd tárgya is, hogy napjainkban Magyarországon az oktatás nem megfelelő szinten zajlik, különböző szempontok miatt. A jelenleg tanuló Z generációs nemzedék életében már állandósult az online jelenlét. Tanítási órák közben is kihasználják az internet adta lehetőségeket. A felgyorsult információáramlás, a folyamatos jelenlét a világhálón, megváltoztatta a fiatalok attitűdjét, viselkedését és morális viszonyulását, a korábbi generációk tagjaihoz képest. A tisztelet már nem egyenértékű azzal a tisztelettel, ami a korábbi nemzedékekre jellemző volt. Az őket tanító és oktató pedagógusok még egy korábbi kor szülöttei, akikbe még más értékeket neveltek, az IT robbanásszerű elterjedését megelőzően. Ezek az oktatók nehéz helyzetben vannak. Lépést kell tartaniuk a kor szellemével, újra kell értelmezniük a tisztelet fogalmát és alkalmazkodni a netgeneráció elvárásaihoz. [4]

Az órák során számos információ éri a diákokat, ami sok esetben nem tükröződik vissza a gyakorlatban. A digitalizáció kínálja előnyöket nem használják ki az élet minden területén, így a pénzügyi döntések során sem. [13] [14] [15] [16] [17]

A tanulmányban bemutatásra kerülő primer eredmények a fiatalok (Z generáció) szempontjából vizsgálja az oktatást érintő fontosabb kérdéseket. Kell-e egy modernebb oktatási mód, vagy hagyatkozunk a jól bevált régi módszerekhez? Szükséges-e a korábbi tanítási évekre oly jellemző vasszigor, vagy jobban fejleszti az agyukat egy laza, interaktív óra. Gátolják-e a modern technikai eszközök a figyelem hosszabb időn át való összpontosításának képességét? Vagy épp ellenkezőleg? Segítséget nyújt az oktatónak, színesebbé, izgalmasabbá tenni a sokszor oly száraz tananyagot? Célunk, hogy feltárjuk, hogyan lehet a leghatékonyabban motiválni e nemzedék tagjait.

2. Szakirodalmi áttekintés

A Z generáció kialakulásában nagyon fontos tényező a mindig újabb és újabb technikai vívmányok gyors egymás utáni megjelenése. Számos névvel illetik a Z generáció tagjait, többek között „Facebook generáció”, „digitális bennszülöttek” (Prensky 2011.). [8]

Ezen kívül még „dotcom” gyermekeknek, „iGenerációnak”, valamint „netgenerációnak” is szokták őket nevezni. Habár technikai tudásuk nagyon fejlett és e téren meglehetősen nagy tapasztalatra tettek szert, lelkiileg és érzelmileg nem fejlődnek ilyen gyors ütemben. Sokáig gyermekek maradnak lélekben, és ez a tény fontos döntéseikre is hatással van életük során. Mire a Z generáció tagjai tömegesen kikerülnek a munka világába, már nagy részben online munkavégzés lesz jellemző, amit a világ bármely pontjáról megtehetnek. Tudásukért versenyezni fognak a különböző cégek. És éppen ezen okokból kifolyólag, a beilleszkedésükkel és társas kapcsolataik kialakításával nagyobb nehézségekbe ütköznek, mint a korábbi offline munkavállalók. (Juhász 2016.). [1]

Egymás közötti kommunikációjuk nem személyes jellegű. Napi kommunikációjuk döntő többségét szintén valamilyen online elérhetőségen keresztül intézik. Még akkor is, ha mondjuk egy teremben vannak és egymás közelében ülnek. A nyilvános beszéd és megnyilatkozás stresszes számukra, saját megítélésük szerint kommunikációjuk agresszív és türelmetlen. (Makkos 2019). A Z generáció tagjainál a példaképek kialakítása is megváltozott. Már nem az idősebb és okosabb felnőttek a példaképek, hanem közülük, akár közvetlen környezetükből kerül ki az a személy, akire hasonlítani szeretnének. A hagyományosabb értelemben vett példaképekre, mint riválisra tekintenek és szembe fordulnak velük. (Pál 2001.). [7]

Számukra nagyon fontos, hogy a folyamatokban interaktívan részt is vehessenek, ne csak a véleményüket kérjék ki valamivel kapcsolatban. Igaz ez a különböző vállalatok termékfejlesztésére, és az oktatás világára is. Ezen generáció tagjait nem lehet egységesen jellemezni. Vannak, akiknek könnyebb az életkezés, mások pedig már ekkor is szembesülnek a komoly anyagi nehézségekkel. Vágyaik hasonlóak: pénz, siker, magabiztosság. Még sokszor van szükségük segítségre, támogatásra. Más körülményeik vannak, mint az előttük lévő generációk tagjainak, de gondjaik, életnehézségeik, nem térnek el nagyban. (Töröcsik, Szűcs, Kehl 2014.) [5]

2.1 A digitális világ szülöttei

A Z generáció tagjai, akik az előző századhoz képest már teljesen új világban cseperedtek fel, hozzá vannak szokva a nagyon intenzív információ áradathoz és annak egyszerre több csatornán át való kezeléséhez. Ez a multitasking. A Z generáció tagjairól is el lehet mondani, hogy hasonló problémákkal küzdenek,

mint a korábbi generációk fiataljai: Önmaguk keresése, a világ megismerése, a beilleszkedés, vagy akár a megfelelés. Viszont, amiben ők különböznek az eddigi generációktól az az, hogy ők ehhez egy új keretet kaptak, amely a digitális világ, a fejlett technológia. Emiatt van, hogy ez a generáció már másképp fejezi ki önmagát, ami sokszor „érthetatlenné” teszi őket az idősebbek számára. Sokszor olyan szavakat, vagy kifejezéseket használnak, amelyeket a többi generáció nem is ért, nem használ (Tari, 2011). [9]

A Z generáció tagjai, korábban sosem tapasztalt lehetőségeik lévén átlépték a földrajzi, gazdasági és szociológiai határokat. Ma már mindegy, hogy a világ melyik országában vagyunk, az internet adta lehetőségek miatt, mindenhol ugyanaz a divathullám söpör végig egyszerre, abból fakadóan, hogy a fiatalok könnyedén elérik egymást bárhol. Ők lettek az első globális generáció tagjai. (Marc McCrindle, Emily Wolfinger, 2009.). [11]

2.2 Z generáció tanítása

A korábbi generáció tagjai egy-egy feladattal kapcsolatban akár napokon, de mindenesetre több órán keresztül foglalkoztak, mire feltártak annyi információt, hogy az hasznosítható legyen. Elolvasták, átgondolták, lejegyezték, majd javították és újra fogalmazták. A mostani netgeneráció már mindezt 1-2 órába sűríti bele. Hosszabb távon nem köti le a figyelmüket egy adott téma vagy feladat, hiszen a tudást megszerezni, néhány kattintással, másolással, beillesztéssel hamar lehet. Igaz, hogy mások megfogalmazásában, mások megfigyelésén alapuló tényeket írnak le, de beadni és osztályzatot kapni rá, éppen elég és így tökéletes. Nem bajlódunk saját gondolatok foganatosításával, a lényeg úgyis ugyanaz lenne, mint az így kigyűjtött anyag. Minek vesződni vele? A tanórákon, előadásokon nem ritkaság, hogy egy nebuló megkérdezi, hogy valóban fontos ez? Tényleg meg kell tanulnunk? Mert a mai Információs Nemzedék már nagyon jól tud rákeresni -hasznos- információkra (is). Számukra a net már mindennapos, mindenhol elérhető dolog, és ha bármi érdekli őket, csak „rágugliznak” és már ripsz-ropsz meg is van a válasz. Minek akkor megtanulni? A tanulás fontosságával kapcsolatban nagyon szkeptikusak. Minek kell megtanulnom, úgysem fogom soha használni? Vagy: úgyis csak elfelejtem (Tari, 2011). [10]

Nos, ha felületesen szemléljük, rögtön rávágjuk, hogy ez így van, de ássunk egy kicsit mélyebbre: A megtanult szövegek a rövid távú memóriából átkerülnek a hosszú távú memóriába. A tanulással serkentjük az agyat, újabb és újabb ingerpályák működését aktivizáljuk. Az agyunk kapacitása így –közvetett módon ugyan- de a mindennapi életünkben is fokozottabbá válik. A logikai készségünk fejlődik és az ok okozati összefüggéseink is megerősödnek. És egy idő után észrevétlenül épül be a tudás a hétköznapi életbe, mintha mindig is bennünk lett volna.

Senki sem gondolná, hogy kognitív tudása, logikai fejlődése, rendszerezési képessége mind fejlődött a kémia órákon a nehéz képletek és számítási egyenletek megoldása által.

3. Módszertan

A primer adatfelevétel kvantitatív módszertant alkalmazva sztenderdizált kérdőív segítségével történt. Hólabda mintavétel eredményeként 142 értékelhető választ dolgozhattunk fel. A kérdőív zárt kérdéseket, nominális és metrikus mérési szinten lévő kérdéstípusokat tartalmazott.

3.1 Kutatási célok és hipotézisek

A vizsgálat célja kiindulópontot találni a hazai Z generáció tagjai oktatásban való motiválhatóságára, figyelmük és szövegértési képességeik fejlesztésére. A tanulmány kísérletet tesz e nemzedék tanulási szempontból való főbb jellemzőinek ábrázolására és érdeklődésük felkeltésének lehetőségeire.

A kutatás hipotézisei a következők (a mintatagokra vetítve):

H1: A Z generáció tagjai keveset olvasnak.

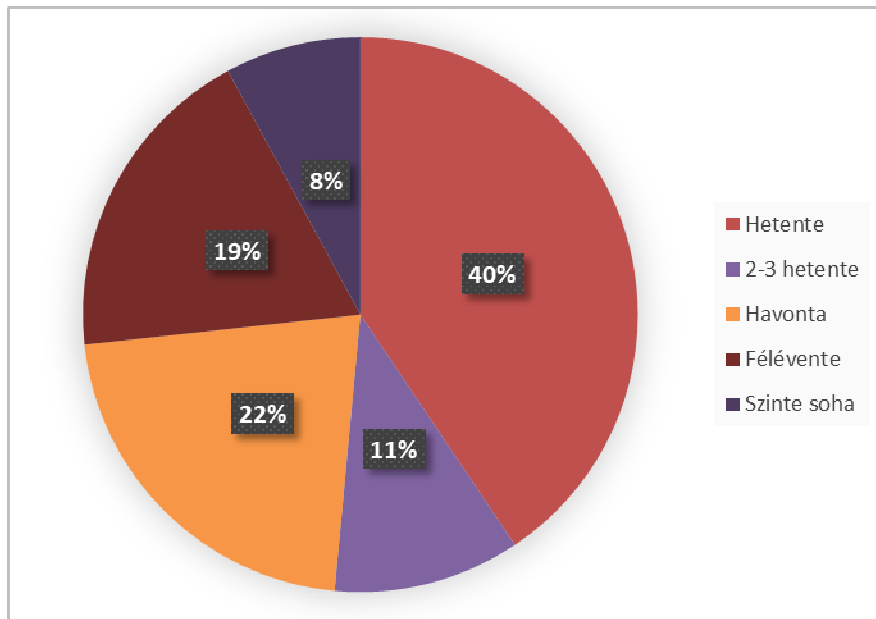
H2: A Z generáció tagjai nem szeretik a szokványos előadásokat, egyhangúnak tartják azokat.

H3: A Z generáció tagjai számára nem magától értetődő az oktatónak járó tisztelet megadása, azt a tanárnak magának kell kivívnia

4. Eredmények

A válaszokat elemezve általánosságban megállapítható, hogy a megkérdezettek döntő többsége rendszeresen olvas könyvet a feltett hipotézissel ellentétben

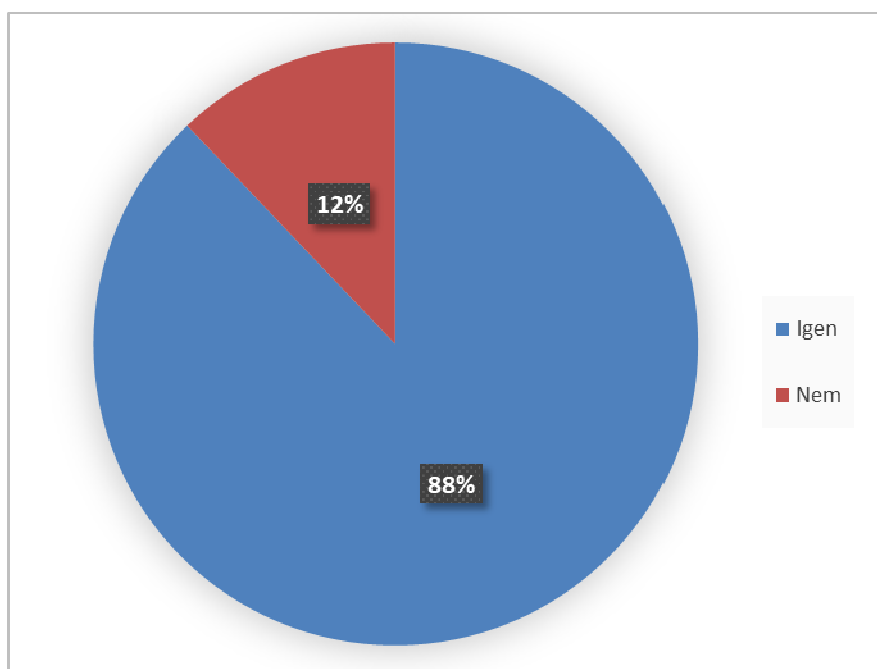
Az olvasás rendszeressége a megkérdezettek körében (%)



Forrás: Saját kutatás 2018, N=142

A kérdőívet kitöltők nagy százaléka legalább havi, de inkább heti rendszerességgel olvas könyvet és nagyon csekély hányaduk vallotta azt, hogy egyáltalán nem szokott olvasni.

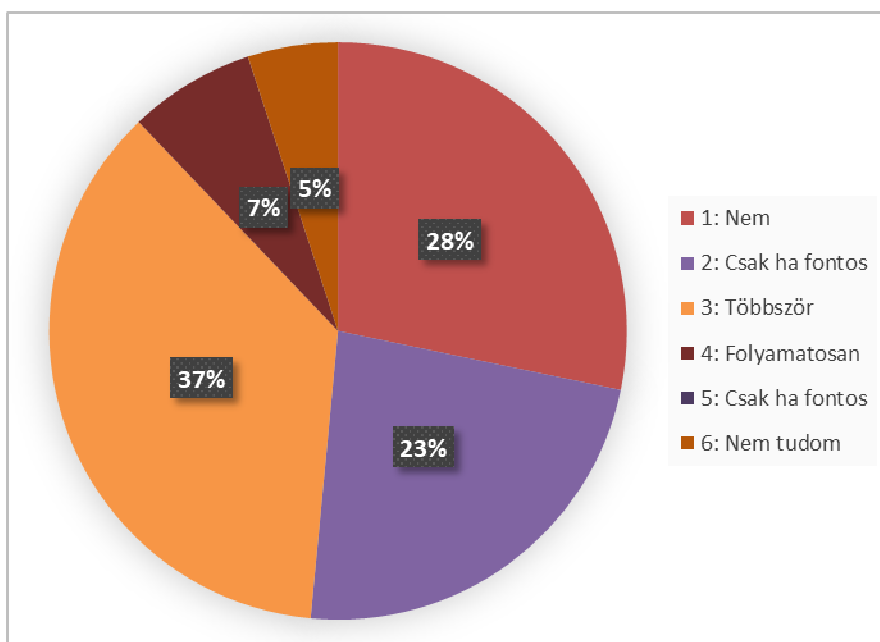
Nyomtatott könyvet olvasók megoszlása a mintában (%)



Forrás: Saját kutatás 2018, N=142

A kutatás eredményei szerint az is megállapítást nyert, hogy a nyomtatott -papír alapú- könyveket részesíteneek előnyben a fiatalok, ami nem cseng egybe a szekunder források alapján felállított feltételezésekkel. Az eredmény értelmezéséhez mindenképp hozzá kell tenni, hogy az általunk hólabda módszerrel rekrutált minta nem reprezentatív, így az eredmények minden esetben helyi értékűek.

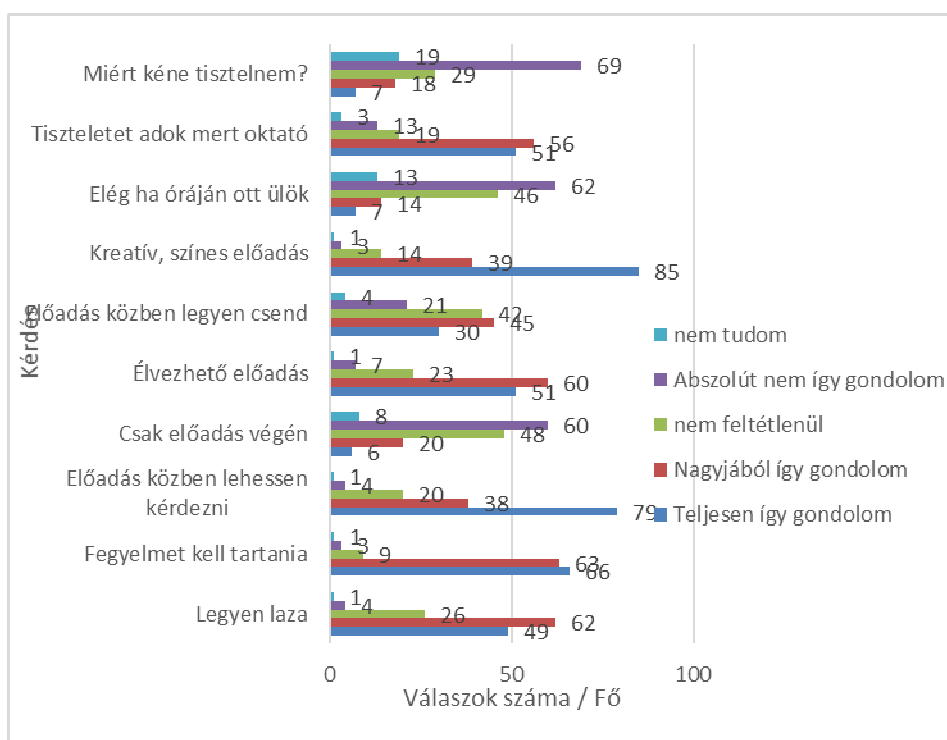
Előadások közbeni mobil használat a minta körében (%)



Forrás: Saját kutatás 2018, N=142

Számos szakirodalom megerősíti, hogy a Z generációra nagymértékben jellemző a multitasking. Amennyiben tanulásról van szó, az általunk megkérdezettek többsége elmondása szerint órákig nem figyel az okoskészülékére a tanórák idején, hanem az ott elhangzottakra koncentrál. Ez az eredmény szintén ellentmond a szekunder kutatás és az általánosan vett véleménynek.

A megkérdezettek hozzáállása az oktató személyéhez és előadás módjához (%)



Forrás: Saját kutatás 2018, N=142

Az attitűd vizsgálat eredményeit elemezve újabb meglepő értékek születtek. A kitöltők igencsak nagy hányada tiszteli az oktatót titulusából fakadóan és az oktatónak nem kell azt különböző eszközökkel kivívnia. Ami azért is nagyszerű, mert a feltételezések és a közhitel szerint a Z generáció tagjai udvariatlanabbak és nehéz kiérdemelni a tiszteletüket. A kitöltők nagy többsége szereti a fegyelmezett órákat, és fontos számukra a kreatív, érdekes elemekkel tűzdelt előadás. És csaknem minden kitöltőnek kiemelten fontos, hogy az előadás vagy tanóra élvezhető legyen.

Összefoglalás

Szakértői elemzések és vélemények alapján a Z generáció tagjai - a modern technikai vívmányoknak és az állandó online jelenlétnek köszönhetően - az információkat nagyon könnyen elérik, főként az online felületeket részesítve előnyben. Ezzel egyidejűleg jellemző - mind az információszerzési, mind tanulási szokásaikra -, hogy online felületeket, platformokat preferálnak. Kevesebbet olvasnak, a szöveg helyett inkább a képi kommunikációt részesítik előnyben, melynek eredményeként sok esetben szövegértési nehézségei vannak a korábbi generációk tagjaihoz képest. Ezen felül jellemző rájuk a rövid figyelem, ezáltal fontos számukra az egyszerű, érthető fogalmazás és a lényegre való törekvés. Ebből kiindulva, nem szeretik a szokványos, egyhangú előadásokat, fontos számukra a kreatív, színes tanítási mód. Primer kutatás keretében előtesztelt sztenderdizált kérdőíves megkérdezés keretében elemeztük a Z generáció tanulási szokásait, motivációját. A primer eredmények a szekunder adatokat csak részben erősítették meg. Primer eredmények fényében megállapíthattuk, hogy az általunk megkérdezett fiatalok- ellenben a szekunder kutatásban megismert általános, róluk alkotott véleménnyel - igenis szeretnek olvasni és a hagyományos, papír alapú könyvek nem mentek ki a divatból. Ugyanis azokat szívesebben forgatják a mintatagok, mint a digitális verziót.

A tanulási szokásokat és a tanulásban alkalmazható motivációs eszközök körét érintően megállapíthattuk, hogy a megkérdezett fiatalok döntő többségének fontos a kreatív, színes előadás, előnyben részesítik az egyszerre több érzékszervre ható tanulásmódszertani eszközöket. Ezen kívül elvárják a fegyelmezett, csendes légkört az eredményes tanuláshoz. Ezen felül megállapíthattuk, hogy a megkérdezettek döntő többsége tisztelet ad tanárának spontán, annak oktatói mivoltából fakadóan. Mindezek fényében elmondhatjuk, hogy a Z generáció ugyan másfajta értékrenddel bír, másfajta eszközöket használ mindennapjaiban, mely a tanulási szokásaira is hatással van. Ennek ellenére mégsem mondhatjuk, hogy minden „klasszikus”, a korábbi generációnál eredményesen működő tanulásmódszertani megoldást ignorálni kellene a fiatalok esetében. Érdemes ezek kombinációját alkalmazni, már csak azért is, mert a generációk közötti rést, különbséget képesek ezek a komplex megoldások feloldani, a generációkat egymáshoz közelebb vinni.

Hivatkozások

- [1] Juhász Csilla (2016.) Z generációs hallgatók felsőoktatási motivációjának vizsgálata Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Vezetés és Szervezéstudományi Intézet.
- [2] Kései (2011) In: Pál Eszter (2013) a Z generációról... áttekintő tanulmány. Pécs. www.zgeneracio.hu/tanulmanyok Letöltés ideje: 2016. október 25
- [3] Mannheim K. (1928/1952), „The problem of Generations”, in Karl Mannheim: Essays in the Sociology of Knowledge, London: Routledge & Kegan Paul, pp. 276-320
- [4] Marketing és menedzsment szakfolyóirat XLIX. évfolyam 3. szám/2015 A

digitális birkatudat nyomában - Z generációs kommunikációs viselkedési minta

- [5] Marketing és Menedzsment szakfolyóirat 2014. II. különszám Törőcsik-Szűcs-Kehl Generációs gondolkodás a Z és az Y generáció életstílus csoportjai
- [6] Ortega y Gasset, José (1923/1931): The modern theme, London: The C. W. Daniel Company
- [7] Pál Eszter (2013) a Z generációról... áttekintő tanulmány. Pécs. www.zgeneracio.hu/tanulmanyok Letöltés ideje: 2016. október 25. 5.
- [8] Prensky, M. (2001): Digital Natives, Digital Immigrants I-II. On the Horizon, NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001
- [9] Tari Annamária: Z generáció (Tercium kiadó 2011)
- [10] Dr. Törőcsik Mária Irodalmi áttekintés a Z generációról Pécs, 2013. PTE KTK
- [11] Marc McCrindle – Emily Wolfinger The ABC of XYZ. Understanding the Global Generations című könyve első fejezetéből. UNSW Press, 2009. 1–22.
- [12] Makkos A. (2019): Az emberierőforrás-képzés előtt álló kihívások a kommunikáció terén. *Tudásmenedzsment*, 20(1), 3-13.
- [13] Csiszárik-Kocsir Ágnes – Varga János (2018): Bankolási színterek és irányok a Z generáció körében, Vállalkozásfejlesztés a XXI. században IX/1. – A negyedik ipari forradalom pénzügyi és környezeti kihívásai Tanulmánykötet (szerk.: Dr. habil. Csiszárik-Kocsir Ágnes – Dr. Varga János) Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, 48-56. pp.
- [14] Csiszárik-Kocsir Ágnes – Garai-Fodor Mónika (2018): Miért fontos a pénzügyi ismeretek oktatása a Z generáció véleménye alapján?, *Polgári Szemle*, 14. évfolyam, 1-3 szám, 107-119. old.
- [15] Garai-Fodor Mónika – Csiszárik-Kocsir Ágnes (2018): Értékrendalapú fogyasztói magatartásmodellek érvényessége a Z- és Y-generáció pénzügyi tudatossága esetén, *Pénzügyi Szemle*, 2018/4 szám, 518-536. old.
- [16] Garai-Fodor Mónika – Csiszárik-Kocsir Ágnes (2018): A pénz értékének megítélése a generációs marketing aspektusából, Vállalkozásfejlesztés a XXI. században VIII./2. – Makro- és mikrokörnyezeti trendek és kihívások Tanulmánykötet (szerk.: Dr. habil. Csiszárik-Kocsir Ágnes – Dr. Garai-Fodor Mónika) Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar, 60.-71. pp.
- [17] Garai-Fodor Mónika – Csiszárik-Kocsir Ágnes (2018): The validity of value-based consumer behavioral models and the financial consciousness of the Z generation, *Modelling the New Europe, On-line Journal Interdisciplinary Studies*, Issue number 27., 2018. September, 107-131. pp.