

A SZERVEZETI KULTÚRA-KUTATÁS ÉS IFJÚSÁG-KUTATÁS ÉRINTKEZÉSI PONTJAI

GARAI ANNA¹ – NÁDAI JULIANNA²

Összefoglalás

Két kutatási terület, a dimenzió-alapú, értékközpontú kultúrakutatás valamint az ifjúság-kutatás összekapcsolásától azt várjuk, hogy a mindennapi gyakorlatban felhasználható következtetéseket tudjunk megfogalmazni, nevezetesen az ezredforduló szülötteinek (millennials) tanulási mintáit illetően. Az Y generációra jellemző a konnektivista tanulási stratégia, melynek alapeszméje a területek, gondolatok és koncepciók összekapcsolásának képessége. Az egyének és a csoportok állandó kapcsolatban állnak egymással, főként a virtuális hálózatokon keresztül, létrehozva így a források végtelen tárházát és a tanulás teljesen új formáit. Az interjúk során egyértelműen bebizonyosodott, hogy a megszerzett információ felhasználhatóságának és hitelességének mérlegelése meghatározó jelentőséggel bír. A tanuló értékrendje és személyes döntése a tanulási folyamat kulcsfontosságú elemévé vált.

Kulcsszavak

millennials, konnektivista tanulás, hálózatok, értékrend, személyes döntések

Summary

Based on the existing relations of two research areas, dimension based and value oriented cultural dimensions and youth research, we expected to come to conclusions on learning patterns of millennials (young people born around 2000) which can be well adopted in everyday practices. Generation Y is learning according to the connectivistic strategy which is rooted in connecting areas, ideas and concepts via virtual networks which provide them endless number of information resources and new forms of learning. After a proper examination of interviews it is clear that decision making on usefulness and value of attained information is an important aspect. Value system and individual decision of students have become key factors in the learning process.

Keywords

millennials, connectivistic learning, networks, value system, individual decision making

¹ egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem, AK, NTKT; e-mail: anna@sze.hu

² egyetemi docens, Széchenyi István Egyetem, AK, NTKT; e-mail: nadaij@sze.hu

A téma aktualitása és a kutatási cél kitűzése

A szervezeti kultúra dimenzió-alapú kutatása és értékközpontú vizsgálata után levonható egyik legfontosabb tanulság szerint az életkor lényeges megkülönböztető kritérium. Az általunk vizsgált szervezeti-üzleti kultúrákban a generációk elkülönülnek egymástól, miközben az egyes, azonos jellemzőket mutató munkavállalói korcsoportok egyre rövidebb időszakaszokhoz köthetők (Garai–Nádai 2014; Göröcsné Muzsai 2016). Az ábécé betűivel jelzett legfiatalabb nemzedék-csoportokkal csupán néhány naptári év szülőttei azonosítják magukat. Az Y generáció az ezredforduló szülőtte, a millennials (https://www.hdm-stuttgart.de/view_news?ident=news20140928215205). Az is megjósolható, hogy a közeli jövőben egyre újabb generációk fogalmazzák majd meg közös értékrendjüket, újabb betűjeleket foglalva le maguknak a latin ábécéből. Cikkünkben utalunk az „M” generációra, mert feltételezzük, hogy deklarált értékeik meghatározóak a legifjabb nemzedékek esetében, jellemző módon a globális világ angolszász-nyugat-európai klaszterében.

Az eddigiekből következik, hogy a további kultúra-kutatásaink során az ifjúság-kutatás legfrissebb adatait is figyelembe kell vennünk. Cikkünk első részében áttekintjük azokat a generációs attitűdöket, amelyeket a dimenzió-alapú vizsgálataink keretében, valamint a kritikai kultúra-kutatásaink értékesztjeinek alkalmazásával tártunk fel. Mindezek után a két kutatási terület, a dimenzió-alapú, értékközpontú kultúrakutatás valamint az ifjúság-kutatás összekapcsolásától azt várjuk, hogy a mindennapi gyakorlatban közvetlenül felhasználható következtetéseket tudunk megfogalmazni, nevezetesen a legifjabb munkavállalói korosztályra jellemző tanulási mintákat illetően.

A fiatal korosztályok kommunikációs szokásait és a bennük kifejeződő értékrendet elsősorban a nevelés, az ifjúságvédelem vagy a rendészet területén folyó kutatások tárják fel. A tématerület sajátosságaiból következik, hogy az érintettek oldalán erőteljesen megjelenik az akut problémák kezelésének igénye, ezért kevesebb figyelem irányul és kevesebb eszköz jut felderítő kutatásokra, proaktív elméleti munkára, témafelvetésekre (Töröcsik 2016). Tanulmányunkkal ehhez az előkészítő folyamathoz szeretnénk hozzájárulni. A célzott interjúkból kibontakozó értékrendet elsősorban az ifjúság-kutatásra jellemző fogalom- és eszköztárral vizsgáltuk.

A digitális kor fiataljainak kommunikációs kultúrája a kultúra-kutatások tükrében. Bevándorlók és bennszülöttek

A generációs különbség több területen is szembeötlő a magyar üzleti partnerek körében: a fiatalok rugalmasabbak, gyorsabb a munkatempójuk, nem olyan aprólékosak és nehézkesek, mint az idősebbek; a politikai beállítódásuk is eltérő. A fiatal nemzedék nagyon öntudatos, inkább a kapitalista világszemléletet vallja magáénak, a kapitalista üzleti partnerek jellemvonásait igyekszik magára öltetni. Az idősebb nemzedékre még ma is nagyon jellemző a kollektivistákommunista beállítódás az üzleti kapcsolatok kialakításakor és az üzleti tárgyalások során.

A korábbi kutatásaink azt mutatják (Garai–Nádai 2016), hogy a fiatal korosztályt képviselő üzleti partnerek vendégszerető, barátságos, kedélyes életvitelű, nyitott emberek, segítőkészek, nyugodtak és tárgyilagosak. Jól beszélnek idegen nyelveket, és elsősorban angolul tudnak. A számítógépes ismeretek és az elektronikus kapcsolattartás modern technikái is elterjedtek a fiatal generáció körében, kivételnek számít, ha problémájuk merül fel ezen a területen. A kutatásunkban folytatott interjúk során a megkérdezettek hangsúlyozták, hogy a cégeknél nem okoz nehézséget a legkorszerűbb elektronikus kapcsolattartást biztosító eszközök beszerzése. Több szerző hasonló megállapításokra jutott (Garai–Nádai 2015; Göröcsné Muzsai 2016).

Mindezek alapján egyértelmű, hogy a fiatalabb és az idősebb generáció közötti kommunikációs különbségek a korábbi felfogásokhoz képest nagyobbak, ezért kutatásuk és az

eredmények figyelembe vétele az üzleti gyakorlat során elengedhetetlen. A kommunikációs környezet folyamatos és gyors változásával együtt a fiatal generáció kommunikációja állandó változásban van. Mindemellett a viselkedésük, életfelfogásuk a környezeti ingerekre adott válaszuk is jelentősen megváltozott. Nem meglepő tehát, ha az üzleti életben megszokott kommunikációs stratégiák új irányba mozdulnak el, amit erősen befolyásol a kommunikáció általános digitalizációja.

Az idősebb generáció tagjai ebben az új környezetben digitális bevándorlókként alkalmazkodnak a kihívásokhoz. A digitális bevándorlók nem a számítógépes és internet korszak szülöttei, hanem fokozatosan tanulják meg és felelnek meg az új technika által támasztott követelményeknek. A régi társadalmi környezetük vívmányait tekintik elsődleges megoldásnak és a világháló adta lehetőségek csak második gondolatként jelennek meg problémáik megoldására, azaz a múlthoz ragaszkodnak és – az idegen nyelvi beszélőkkel párhuzamot vonva – digitális bevándorló akcentust hordoznak. Ez jellemzi üzleti tárgyalási szokásaikat is.

A digitális bennszülöttek körébe tartoznak azok a fiatalok, akik az új technológia világába beleszülettek, annak lehetőségeit az élet számos területén kihasználják és a digitális technológia anyanyelvi beszélői. A smartphone-zombie, vagyis smombie elnevezés 2015-ben az év szava lett Németországban a fiatalok körében (https://www.hdm-stuttgart.de/view_news?ident=news20161128154556). Az alig húsz éves üzletember az életet stratégiai játéknak fogja fel, egyszerre több feladatra koncentrálnak, hálózatban tud igazán hatékonyan dolgozni, munkájában jelentős szerepe van a jutalmazásnak és a pozitív megerősítésnek.

A digitális bevándorlók üzleti kommunikációs szokásait számos korábbi kutatás vizsgálta. A dimenzió alapú dichotómikus kutatások az idősebb generációhoz tartozó üzleti partnerek kommunikációját foglalják keretbe. Trompenaars (2008), Hall (1990) és Hofstede (2008) vizsgálatai társadalmi jelenségekre irányultak és a különböző kultúrák viselkedési mintáit kutatták a következő dimenziók segítségével: hierarchia és egyenlőség, rugalmasság és szabálykövetés, individualista és kollektivisták szemlélet, alacsony és magas bizonytalanság-kerülés. Trompenaars empirikus kutatásaira alapozva hét dimenziót határozott meg. Hofstede és Hall dimenziói pedig feltárták az emberek közötti kommunikáció jellegét, valamint az időhöz és térhez való viszonyokat. A következőkben a tanulmányunk szempontjából legfontosabb dimenziókat mutatjuk be.

- univerzalizmus – partikularizmus: Az univerzális értékrend szerint a szabályok követése az elsődleges, amelyeknek minden helyzetben érvényesülni kell. A partikularista kultúrákban az emberi kapcsolatok az elvont társadalmi törvények, és szabályok fölött állnak, és az adott körülmények akár az írott szabályokat vagy szerződéseket is módosíthatják.
- Individualizmus – kollektívizmus: Az individualista társadalmakban a saját hatalmi befolyásolás és érdek áll a középpontban, míg a kollektivisták kultúrák a társadalmi érdekeket helyezik előtérbe céljaik megvalósításakor.
- A neutrális és affektív kultúrák közötti különbség az érzelmekhez való viszonyulásban mutatkozik meg. A neutrális (semleges) hozzáállás kizárja az érzelmek szerepét a kommunikációból az üzleti tárgyalások során, ezzel szemben az affektív kultúrák kommunikációjában központi helyet kap az érzelmek kimutatása, akár gesztikulálás vagy nagyobb hangerő által.
- A teljesítmény és egyéb körülmények által orientált kultúrák: A teljesítmény orientált kultúrákban nagyra értékelik a hatékony munkavégzést és annak eredményeit, ami egyúttal az egyén társadalomban elfoglalt helyét megerősíti. Az üzleti életben a siker mértékét a megszerzett profit nagysága határozza meg, háttérbe szorítva az emberi kapcsolatok értékét. Ezzel ellentétben azok a kultúrák, amelyek egyéb körülmények

felé orientálódnak, sokkal nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a család, a munka, az oktatás és a szakmai tapasztalat tiszteletének.

- Szekvenciális – szinkronikus kultúra: A szekvenciális idő-fogalommal rendelkező kultúrákban az események egymás után, lineárisan következnek, a határidők betartása és a pontosság alapvető elvárás a társadalom tagjaival szemben. A szinkronikus kultúrákban egyidejűleg több esemény történhet, akár az üzleti életben is. A pontatlanság vagy a késés elfogadott.

A korábbi szervezeti kultúrakutatások dimenziói alapján megállapítható, hogy míg Hall, Trompenaars és Hofstede a kulturális különbségeket vette alapul a szervezeti kultúra vizsgálatakor (Ablonczy–Tompos 2013; Tompos 2015; Szőke 2015), a jelen tanulmány szempontjából fontos, hogy a dimenziókat az üzleti partnerek generációs különbségének leírására is alkalmazzuk. A digitális bevándorlók korosztályára jellemző az univerzalizmus, a kollektivizmus, a szekvenciális idő-fogalom, az egyéb körülmények által meghatározott kommunikáció, míg a digitális bennszülöttek, azaz a fiatalabb generáció individualista, partikularista, teljesítmény-orientált és cselekvéseit a szinkronikus idő-felfogás szerint alakítja. Bizonyos dimenziók több kulturális térségre is érvényesek, ha a generációk üzleti kommunikációs viselkedésének leírására adaptáljuk azokat.

A digitális kor értékrendje és a hálózati tanulás. A digitális bevándorlók tanulási szokásai

A technológia rohamos fejlődése gyökeres változásokat hozott az élet minden területén, így az oktatásban is. A tanulási és oktatási módszerek folyamatosan alkalmazkodnak az új technológia adta vagy követelte lehetőségekhez. A digitális bennszülöttek és a digitális bevándorlók közötti alapvető különbség a tanulási stratégiákban is tetten érhető. Az új szemlélet megjelenésével az elmúlt két évtizedben számos kutatás irányult az idősebb és a fiatalabb generáció tanulási módszereire. A két generációra jellemző ismeretszerzés és ismeretátadás elméleti kereteit Siemens (2008) alapján vázoljuk fel. A digitális bevándorlók korosztályának ismeretszerzési módjait az alábbiak jellemzik:

A behaviorizmus irányzata a hallgatói és oktatói kapcsolatot viselkedési normakövetésben határozza meg. A hallgató viselkedése – tanulási képességei és eredményei tükrében – részben jutalmazásban vagy büntetésben, ami a legfontosabb motivációs erővé válik. A digitális bevándorlók így erősen feladatorientált tanulói típust képviselnek.

A kognitivisták felfogás a feladatközpontúságon túllépve nagyobb hangsúlyt helyez a problémamegoldásra, amihez leginkább a megfelelő érveléssel juthatunk el. Mindehhez szükség van a már bevált, megtanult sémák előhívására és azoknak a szituációnak megfelelő alkalmazására.

A konstruktivisták megközelítés már az egyéni értelemre és elkötelezettségre hagyatkozik. Fontos, hogy a meglévő tudást ne sematikus, hanem akár új kontextusba helyezve is alkalmazzuk, a meglévő ismereteket komplex módon kezeljük.

Mindhárom szemléletben tükröződnek a fentiekben bemutatott dimenziók elemei. Párhuzamot vonhatunk a behaviorizmus normakövetése és az univerzalizmus szabálykövető értékrendje között, amelyek a digitális bevándorlók legjellemzőbb tulajdonságai. A szekvenciális időfelfogás és a kognitivisták szemlélet sematikus, időrendben végzett feladatvégrehajtás között is van összefüggés.

A digitális bennszülöttek kommunikációs szokásai és tanulási mintái

A digitális bevándorlók kommunikációja és ismeretszerzési stratégiája jelentősen eltér a digitális bennszülöttekétől. A virtuális terek megjelenése, a munkaerőpiac igényeinek gyökeres változásai, a környezet nemzetközi dimenziója és a digitális technológia

megjelenése a kommunikációban új kihívások elé állítják mind az idősebb, mind a fiatalabb generációt. A fiatal korosztály alkalmazkodó képességét azonban jelentősen növeli az a tény, hogy a megváltozott környezetben nevelkedtek, míg a korábbi generációknak hosszú tanulási folyamatra van szükségük az újdonságok szokásszintű alkalmazásához.

A gyors nemzedékváltásra jó példa a Riederle-jelenség. A névadó személy vállalati kommunikációs tanácsadóként működik, Philip Riederle. Riederle már 18 évesen előadásokat tartott nemzetközi vállalatoknál, személyesen és az új technológiák által biztosított különböző média-felületeken. Véleménye szerint jelenleg teljes paradigmaváltás folyamatában élünk, ami megköveteli a régi értékrend megújítását vagy cseréjét egy új, a fiatal generáció követendő értékrendjére. A digitális bevándorlók korosztályával szemben támasztott elvárás, hogy ezt az új rendet elfogadja, magáénak vallja.

Riederle új paradigmájában az idősebb generáció céljai – a pénz, hatalom és státusz – helyett olyan tevékenységeket kell keresni, amelyben az ember kiteljesedhet. Ez a folyamat az önszervezés. Mindehhez a fiataloknak akár nagy kockázatokat is vállalni kell, mert egyébként a siker elképzelhetetlen a munkaerőpiacon. Ezek az elvek jól tükrözik a digitális bennszülöttek tipikus attitűdjét a világban zajló változásokhoz. A siker kulcsa az alkalmazkodás az új körülményekhez, ami az üzleti eredményeket is megalapozza, amihez azonban új tanulási módszerek kellenek.

A tanulást hátráltató digitális szakadék megszüntetése érdekében szükségszerű, hogy a digitális bevándorlók és bennszülöttek közötti kommunikációt új megközelítésbe helyezzük. A digitális bevándorlók tanulásának fentiekben leírt szemléletét, ami a behaviorizmusra, kognitívizmusra és konstruktívizmusra épül, felváltotta a konnektivista megközelítés.

A konnektívizmus (Siemens 2008) alapeszméje a területek, gondolatok és koncepciók összekapcsolásának képessége. Az egyének és a csoportok állandó kapcsolatban állnak egymással, főként a virtuális hálózatokon keresztül, ami a tudás szüntelen forrásaként biztosítja az információszerzést, és így a folyamatos tanulást. A hálózati jelleg befolyásolja az élet minden területét, ezért új attitűdök kialakítására van szükség.

A konnektivista tanulási stratégiák azonban új elvárásokat és nehézségeket támasztanak a digitális bennszülöttekkel szemben. Az információ-áramlás hálózati jellege miatt a fiatal generációhoz eljutó információ mennyisége túl nagy, a forrásai szerteágazók, az információ generálója a virtuális térben gyakran anonim. Ezek a tényezők megnehezítik a megfelelő tudáselem kiválasztását, ugyanakkor a helyes döntéshozatal is a tanulási folyamat részévé válik.

Tereptanulmány a digitális kor fiataljainak tanulási mintáiról

Korábbi kutatásaink értékesztjének definícióit használtuk fel, amikor az interjúk tartalmi súlypontjait megfogalmaztuk (Schwartz 2001). Az ifjúság-kutatás egyik módszertani ismérve a közösségi kommunikáció terepén fellelhető reáliák interpretációja. Ezért egybevetettük az értékeszt tételeit az „M” generáció kiáltványának főbb pontjaival (Haque 2009). Mindkét dokumentum közel azonos időben keletkezett, az évezred első évtizedének végén, így felhasználásuk a második évtized közepén még helyénvaló és indokolt.

Jelenlegi kutatásunkhoz hasonló vizsgálatokat korábban is végeztünk. Megkérdezésünk akkor a Schwartz-értéktételek következő hierarchiáját eredményezte:

1. Első helyen áll a vizsgált korosztály világképében az önálló gondolkodás és cselekvés. A legnagyobb tisztelet az alkotó és felfedező, értéket teremtő egyént övezi.
2. Második helyre a tettekre sarkalló élet-élmények, az ösztönző közeg, a stimuláció került. Kimagasló érték az izgalom, az újdonság, a kihívás az életben.
3. A harmadik tétel az értékesztben használt definíció szerint a hedonizmus. Az interjúk alkalmával ezt a kifejezést nem használtuk, a hozzá tapadó emblematikus

jelentések miatt. Itt egyértelműen arról van szó, hogy az egyén átéli az életörömöt és a boldogságot, kedvteléseinek él. Bizonyos javakhoz való hozzáférés is szükséges mindehhez.

4. A negyedik helyen áll a közösség elvárásainak megfelelő viselkedés és az egyéni teljesítmény, a siker.
5. Nagy súllyal esik latba az ötödik helyre kerülve a hatalom kérdése, a társadalmi státusz és presztízs, az emberek és erőforrások feletti kontroll. Az egyén igyekszik elkerülni a függő helyzeteket.
6. A következő tétel összefügg az előzővel, amennyiben a biztonságra törekvés fogalmazódik meg benne. Tudatosan törekszenek a megkérdozettek a harmónia fenntartására, és stabil kapcsolataik ápolására.
7. Megjelenik az önfegyelem és önkorlátozás mozzanata a konformitás fogalma körül. A válaszadók igyekeznek tartózkodni az olyan viselkedéstől, mely mások számára sertő vagy ártalmas lehet.
8. Az eszmei-politikai közösség inkább elhalványuló jelentőséggel bír, a listában az utolsó helyeken szerepel a kulturális és vallási hagyomány, eszmék és szokások elfogadása és tisztelete, vagy éppen már ezek ismerete is elvész.
9. A szolidaritás és a közösség tagjai, intézményei iránti érdeklődés sem erőteljes, az állásfoglalás és a cselekvés kötelessége nem tudatosul egyértelműen.
10. Az univerzális erkölcsi érték, az emberi méltóság elvont fogalmaknak tünnek a legifjabb nemzedék számára.

Az "M" generáció kiáltványából ugyanakkor kitűnik, hogy a magukat a csoporthoz tartozónak vallókra jellemző a társadalmi érettség, a tárgyilagos önmegfigyelés és a kiforrott önértékelés képessége. Mindez már önmagában is megkülönbözteti a korosztályi csoport képviselőit a náluk csupán néhány évvel idősebb társaiktól. Kiáltványuk számos tanulsággal szolgál, amit internetes felületen, vagyis a céljaik eléréséhez leginkább megfelelő helyen és a legmegfelelőbb formában tettek közzé (Haque 2009). Az „M” generáció mozdulni szeretne, el akar mozdulni a holtpontról, tehát egy bizonyos megtapasztalt értékrend ellenében fogalmazza meg önmagát. Nagy, átláthatatlan rendszerek helyett kisebb, változtatható elemekből építkező gazdaságot akar. Pénzügyi-gazdasági fundamentalizmus helyett az emberek által értelmesnek tartott folyamatokat, és azok erkölcsi alapját követeli. A nagy pénzügyi tranzakciók láthatatlanul, elektronikusan bonyolódnak, helyette látható, bizalomra épülő ügyintézés, gyorsuló növekedés helyett lassulást kívánnak. Nem adható el és vásárolható meg ez a korosztály, a társadalom számára hasznos dolgokat akar létrehozni, a pénz és a hatalom már nem mindennél fontosabb érték számára. Legfontosabb érték-tételeik:

1. A struktúrákat és közösségeket alulról fölfelé szeretnék felépíteni és működési rendjüket meghatározni.
2. A szervezeteknek és intézményeknek kisebb egységekből kell állni, létre kell jönnie egy személyes bizalmon alapuló társadalmi közegnek.
3. Nagyon hangsúlyos lesz a társadalmi hasznosság elve, mint értékmérő kritérium, és mint szervező elv is.
4. Az egyén, mint a közösség alkotó tevékenységet végző tagja szeretné magát meghatározni, mert így lesz lehetősége emberhez méltó életet élni.
5. A lezajló társadalmi folyamatok lelassításának igénye is megfogalmazódik. A megtapasztaltnál lassúbb élettempót kell elérni.
6. A bizalom kérdése egyértelműen hangsúlyossá vált. A társadalmi folyamatok követhetetlen, láthatatlan, elektronikus működtetése helyett személyes interakciókat követelnek az élet szinte minden területén.
7. Ugyanakkor jellemző, hogy a figyelem a lokális szintre irányul, és az ezredforduló szülöttei a szűkebb lakókörnyezet szintjén történő szerveződésekért részesítik

előnyben. A magasabb szintű igazgatási-politikai egységek iránt bizonyos fokú közömbösség mutatkozik, és a távolságtartás jellemző a hatalommal vagy általában a hierarchiával szemben.

Az értékeszt és az érték-kiáltvány tételei között jellemző egybeesések és hasonlóságok állapíthatók meg, amik alapján meg tudtuk fogalmazni az interjúk tartalmi súlypontjait. Vizsgálatunkat ebből az alkalomból a tanulási szokásokra összpontosítottuk. A beszélgetés menetét úgy irányítottuk, hogy az alábbi fogalmak explicit formában a kérdező részéről nem hangzottak el. A kérdéscsoportok a tanulási szokásokra vonatkoztak, és csak az utolsó egységben került sor egyfajta mérlegelésre, vélemények, állásfoglalások megfogalmazására, értékítéletek megalkotására. A tanulási szituáció jól modellezi a megkérdezettek általános élethelyzetét, aktuális élettapasztalatait, így viszonylag könnyen fogalmaztak meg az értékrendjükkel kapcsolatos tételeket.

Az értékrend-teszt és az értékrend-kiáltvány kulcsfogalmainak összehasonlítása:

Önállóság	Alulról fölfelé építkezni
Értékteremtés	Társadalmi hasznosság elve
Komfortérzés	Lassított élettempó
Teljesítmény	Alkotó tevékenység
Hatalom	Kisebb egységek, személyes bizalom alapuló közeg
Biztonság	Láthatatlan, elektronikus lebonyolítás helyett személyes interakciók
Konformitás	Közömbösség a hatalommal/hierarchiával szemben
Tradíció	Változás, átalakulás
Szolidaritás	Emberhez méltó életminőség, jellemes, rátermett, vezetők
Univerzalizmus	Autentikus közösség

Az interjúk keretében elsősorban arra a kérdésre kerestük a választ, hogy az ezredforduló szülőttei milyen mértékben kritikusak a fennálló körülményekkel szemben. Valóban minden problémának maguk akarnak utána járni, fedőnevükhöz, az ipszilonhoz méltó módon, ami a közvélekedés szerint a „Why?” kérdőszó egyik betűje (https://www.hdm-stuttgart.de/view_news?ident=news20161128154556). Interjúalanyainktól a következő kérdésekkel, tematikus egységekkel kapcsolatos állásfoglalásokat vártunk:

I. A válaszadók a tanulással kapcsolatos

- (1) célkitűzéseiket inkább a fennálló struktúrákra és funkciókra építve fogalmazzák meg?
- (2) célkitűzéseiket inkább a fennálló struktúrák tagadása alapján fogalmazzák meg?
- (3) célkitűzéseik megfogalmazása során inkább közömbösek számukra a fennálló struktúrák és működési folyamatok?

II. Milyen mértékű az érzelmi involválódás a tanulás kialakult kereteivel és feltételeivel kapcsolatban? Milyen mértékben veszi igénybe a megkérdezetteket érzelmileg a tanulás és annak kerete, szerveződése?

III. Milyen új formákban szerveznék meg szívesen a tanulást és miért? Javaslataik, elképzeléseik indoklása.

A válaszadók többnyire a harmadik kérdés kapcsán fogalmaztak meg a korosztályukra jellemző értékítéleteket, értékképzeteket, értékrendet. Az interjúk elemzése alapján a következő megállapítások tehetők: az ezredforduló korosztálya alapvetően újszerű módon szerzi ismereteit, a tanulás mást jelent számára, mint ahogyan azt a néhány évvel idősebb társai gondolták. Jellemző körülmény, hogy a vizsgált korosztály képviselői, a millennials nagy kihívást jelentenek a különböző oktatási rendszerek számára. A problémákat felismerve a közoktatás területén komoly eredmények születnek az utóbbi időben az adaptív tanulás témakörében, nagy volumenű nemzetközi kutatásoknak köszönhetően (Lőrincz 2012).

A válaszok a továbbiakban nagymértékű érzelmi érintettségről árulkodtak, megjelent a fennálló struktúrák lebontásának erőteljes igénye, valamint nagyobb szabadság biztosítása a tanulók számára a témaválasztás területén. Mindegyik megkérdezett megvalósíthatónak tartotta a személyre szabott feladatok és témák kiválasztása és kiosztását, hangsúlyozva, hogy ez a fajta önállóság jobb eredményekre vezet. Ugyanakkor szükség van új struktúrák felépítésére, mert a beágyazottság, az integrálódás igénye továbbra is jellemző. Az ipszilonok a fennálló rendszerrel szemben ellenségesek, vagy közönyösek, és ez a közöny esetenként a minimális ismeretek hiányáig is elvezethet.

Konkrét javaslattetelekre is sor került az interjúk során. Többen hangsúlyozták a heti ütemezés szerint történő témaválasztást, ami jól illeszkedik a felsőoktatás időkereteihez. A kijelölt témák közös feldolgozását szorgalmazták, a kapcsolattartás különböző formáit felhasználva, mint a „blogozás”, miközben a téma egy-egy szeletét egyénenként kidolgozzák. A megszabott határidőig viszont a tanulók nagyon sok forrásból szereznek és kapnak információt, kérhetnek segítséget. Sok esetben „kívülállók” is tehetnek kiegészítő témajavaslatokat, amire az oktatóknak is reagálnia kell, a közös tanulás lehetőségét kiaknázva. A referátumok heti rendszerességgel történő elkészítését és bemutatását a válaszadók a tanulás kedvelt formájának tartják. Többen megemlítették, hogy a gyakorlásra szánt, időzített, elektronikus tesztek helyett előnyben részesítik a személyes, alkotó munkát. Fontos mozzanat, hogy a feladatmegoldások lépéseit „élőben” lehessen nyomon követni, ideális esetben az azonnali konzultáció lehetőségét is biztosítva. Mindennek háttérében a sokszor megemlített hasznosság elve áll.

Összegzés

A szervezeti kultúra dimenzió-alapú kutatása és értékközpontú vizsgálata alapján megállapítható, hogy az életkor lényeges megkülönböztető kritérium. A digitális bevándorlók korosztályára jellemző az univerzalizmus, a kollektivizmus, a szekvenciális idő-fogalom, az egyéb körülmények által meghatározott kommunikáció, míg a digitális bennszülöttek, azaz a fiatalabb generáció individualista, partikularista, teljesítmény-orientált és cselekvéseit a szinkronikus idő-felfogás szerint alakítja.

Vizsgálatunkat ebből az alkalomból a legifjabb korcsoport tanulási szokásaira összpontosítottuk. Az interjúk utolsó tematikus egységében került sor egyfajta mérlegelésre, vélemények, állásfoglalások megfogalmazására, értékítéletek megalkotására. A tanulási szituáció jól modellezi a megkérdezettek általános élethelyzetét, aktuális élettapasztalatait, így viszonylag könnyen fogalmaztak meg az értékrendjükkel kapcsolatos tételeket. Az adatgyűjtés alkalmával a következő témafelvetéseket kaptuk, anélkül, hogy a válaszadókat explicit formában megfogalmazott kérdésekkel befolyásoltuk volna: Társadalmi hasznosság; alkotó, értékteremtő munka; helyi szintű és kisebb egységekbe történő szerveződés; elektronikus gépi lebonyolítás helyett személyes interakciók, konzultációk; vissza a papírokhoz; bizalom; komfortos életérzés.

A digitális bennszülöttek tanulási szokásaira alapvetően jellemző a konnektivista tanulási stratégia (Siemens 2008). A konnektivizmus alapeszméje a területek, gondolatok és koncepciók összekapcsolásának képessége. Az egyének és a csoportok állandó kapcsolatban állnak egymással, főként a virtuális hálózatokon keresztül, ami a tudás szüntelen forrásaként biztosítja az információszerzést, és így a folyamatos tanulást. A hálózati jelleg befolyásolja az élet minden területét. A források típusa, műfaja szerteágazó, az információ generálója a virtuális térben gyakran anonim. Ezek a tényezők megnehezítik a megfelelő tudáselem kiválasztását, az információ tudatos szűrését. Az interjúk során egyértelműen bebizonyosodott, hogy a hálózat legkülönbözőbb pontjairól megszerzett információ felhasználhatóságának és hitelességének mérlegelése döntő jelentőséggel bír. A tanuló személye és az általa vallott értékrend lett a tanulási folyamat kulcsfontosságú eleme.

Irodalom

- Ablonczyné Mihályka L., Tompos A. (2013) Empirikus vizsgálat az üzleti és vállalati kultúra tükrében. In: Tompos A., Ablonczyné Mihályka L. (szerk.) „Növekedés és egyensúly” Kautz Gyula Emlékkonferencia. 2013. június 11. elektronikus formában megjelenő kötet. Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar. Győr. 24. tanulmány.<http://kgk.sze.hu/novekedes-es-egyensuly>
http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2013/kultura/ABLONCZY_TOMPOS_KAUTZ.pdf Letöltés: 2016. 06. 06.
- Garai A., Nádai J. (2014) Value assessment of digital information in academic studies. In: Tompos A., Ablonczyné Mihályka L. (szerk.) "A tudomány és a gyakorlat találkozása" Kautz Gyula Emlékkonferencia. Konferencia helye, ideje: Győr, Magyarország, 2014. 06. 17. Széchenyi István Egyetem, Győr.
- Garai A., Nádai J. (2015) Entrepreneurs' value judgement system and personality profile. In: Venegas, B. C., Fink, G., Mayrhofer, W. (eds.) *Contemporary Approaches in Training & Education for Cross-Cultural Competence – potentials, challenges and its limits: IACCM 2015 14th IACCM Annual Conference and 7th CEMS/IACCM Doctoral Workshop* . Konferencia helye, ideje: Wien, Ausztria, 2015. 09. 01.–2015. 09. 03. Vienna University of Economics and Business, Wien.
- Garai A., Nádai J. (2016) New approach in dealing with international corporate communication gaps. In: Hauptfeld-Göllner P. (ed.) *MAGIC. Managing the Gaps of Intercultural Communication: Interkulturelle Projekte zum Erfolg führen*. Leykam, Graz. pp. 123–133.
- Görcsné Muzsai V. (2016) Digitális műveltség, új generációk és az idegen nyelvi óra. In: Lőrincz I. (szerk.) *XIX. Apáczai- napok. Tudományos Konferencia. Tanulmánykötet: Gondolkodási struktúrák és kreativitás*. Széchenyi István Egyetem Apáczai Csere János Kar, Győr. 244–254. o.
- Hall, E. T., Hall, M. (1990) *Understanding cultural differences*. Intercultural Press, Yarmouth.
- Haque, U. (2009) *The Generation M Manifesto*. Harvard Business Review.
- Hofstede, G. (2008) *Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*. Deutscher Taschenbuch Verlag, München.
- Lőrincz I. (2012) La CARAP dans le curriculum. In: Carrasco, I., Rossello, V., Schröder-Sura, A. (eds.) *Le CARAP – Une introduction à l'usage*. Conseil de l'Europe, Strasbourg. pp. 25–36. o.
- Schwartz, S. H. (2001) *A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations*.
https://www.europeansocialsurvey.org/docs/methodology/core_ess_questionnaire/ESS_core_questionnaire_human_values.pdf (Letöltés: 2016. 05.28.)

- Siemens, G. (2008) *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*.
http://www.itdl.org/journal/jan_05/article01.htm Letöltés: 2016. 06. 05.
- Szőke J. (2015) Kultúraközi menedzsment aspektusok magyar kis- és középvállalatok példáján. *Marketing és Menedzsment*, 1. 58–70. o.
- Tompos A. (2015) Business Behaviour Research and Academic Instruction. In: Born-Lechleitner, I., Glaser, E. (eds.) *Interkulturelle Kompetenz: vermitteln, erwerben, anwenden Teaching, Acquiring and Applying Intercultural Competence. (Interkulturelle Pädagogik Band 14)* LIT Verlag, Wien, Berlin. pp. 279–288.
- Töröcsik M. (2016) *Tudománykommunikáció a Z generációnak*.
http://ktk.pte.hu/sites/default/files/mellekletek/2016/01/pal_torocsik_irodalmi_attekint_es_a_z_generaciorol_2013.pdf Letöltés: 2016. 06. 01.
- Trompenaars, F., Hampden-Turner, C. (2008) *Riding the Waves of Culture, Understanding Cultural Diversity in Business*. Nicholas Brealey Publishing, London.
https://www.hdm-stuttgart.de/view_news?ident=news20140928215205 Letöltés: 2016. 09.12.
https://www.hdm-stuttgart.de/view_news?ident=news20161128154556 Letöltés: 2016.09.12.