

OTDK-DOLGOZAT

Szekeres Bernadett

Szreseny Dóra

2013

**AZ Y GENERÁCIÓ A MUNKAERŐPIACRA LÉPÉS ELŐTT
MÁR AZ EGYTEM SEM ELEGENDŐ?**

**GENERATION Y BEFORE ENTERING THE LABOR MARKET
UNIVERSITY STUDIES AREN'T ENOUGH?**

Szekeres Bernadett

Szreseny Dóra

Kézirat lezárva: 2012. június 24.

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS.....	3
1. MIT TUDUNK A GENERÁCIÓKRÓL? (SZEKERES BERNADETT).....	4
1.1. GENERÁCIÓ DEFINIÁLÁSA	4
1.2. GENERÁCIÓS KÖRKÉP	8
1.3. AZ Y GENERÁCIÓ BEMUTATÁSA	14
1.3.1. <i>Az Y generáció nemzetközi vonatkozásai.....</i>	<i>14</i>
1.3.2. <i>Y generáció és az oktatás: digitális bennszülöttek vs. bevándorlók</i>	<i>20</i>
1.3.3. <i>Létezik-e itthon Y generáció?</i>	<i>21</i>
1.3.4. <i>Az Y generáció magyar sajátosságai</i>	<i>24</i>
2. MOTIVÁCIÓELMÉLETEK (SZRESENY DÓRA).....	30
2.1. A MOTIVÁCIÓ TARTALOMELMÉLETEI.....	32
2.1.1. <i>A maslow-i szükséglet-hierarchia modell.....</i>	<i>33</i>
2.2. A CSOPORTHOZ TARTOZÁS MOTIVÁCIÓJÁNAK ELMÉLETE	36
3. PRIMER KUTATÁSUNK.....	37
3.1. A KUTATÁS CÉLJA, KUTATÁSI KÉRDÉS	37
3.2. KUTATÁSUNK HÁTTERE	38
3.2.1. <i>A kutatás módszere</i>	<i>39</i>
3.2.2. <i>Interjúvázlat</i>	<i>41</i>
3.2.3. <i>A kutatás végrehajtása</i>	<i>43</i>
3.2.4. <i>A kutatás alanyai</i>	<i>43</i>
3.3. A KUTATÁSI EREDMÉNYEK ISMERTETÉSE.....	44
3.4. A MUNKAADÓK MEGKÉRDEZÉSE (SZRESENY DÓRA)	69
4. KÖVETKEZTETÉSEK.....	74
5. KITEKINTÉS, TOVÁBBI KUTATÁSI JAVASLATOK	77
6. FORRÁSOK	79
7. FELHASZNÁLT IRODALOM	82
8. MELLÉKLETEK	84

Bevezetés

Néhány évvel ezelőtt a felsőoktatásban tanuló fiatalok többsége úgy gondolta, hogy egyetemi diplomájuk biztos belépőt jelent számukra ahhoz, hogy el tudjanak helyezkedni a munkaerőpiacon viszonylag rövid idő alatt egy jól fizető, megélhetésüket bőven biztosító állásban. Ma azonban ez a helyzet már egyre kevésbé néz ki így, mely nem kizárólagosan a gazdasági válságnak köszönhető leépítések, egyéb megszorítások és a jelentős gazdasági visszaesés miatt alakult így, hanem véleményünk szerint nagyon szoros összefüggésben van az új generációk megjelenésével (Y, de már akár a Z generációt is említhetjük), illetve az ebből fakadó munkaerő-piaci elvárásokkal. Egyre inkább úgy tűnik, hogy a mai egyetemisták számára már nem elegendő az, ha egy jó nevű egyetem képzésében vehetnek részt, gyakran dolgoznak az egyetem mellett, külföldre utaznak akár tanulni, akár szakmai gyakorlatot végezni, vagy diákszervezetekhez csatlakoznak. Mindezt pedig a vállalati oldal is támogatja, sőt elvárássá alakult, hogy a hallgatók „csináljanak valamit”, az „egyetem már nem elegendő önmagában”. Ez tehát egy öngerjesztő folyamat is egyben: az Y generációs hallgatóknak szükségük van arra, hogy kiegészítsék az oktatást, gyakorlatiasabb tapasztalatokra tegyenek szert az elméleti mellett, továbbá a munkáltatók is olyan fiatal munkavállalókat keresnek, akik rendelkeznek valami plusszal, hiszen alapvetően ők azok, akik a munkahelyen is ezt a mentalitást fogják képviselni, mint az egyetemen.

Ezekre és olyan kérdésekre helyezzük munkánkban a hangsúlyt, hogy vajon miért lehetséges, hogy sokan hajlandóak évekkel később befejezni tanulmányaikat azért, mert az egyetem melletti elfoglaltságaikat (pl. diákszervezeti tagságukat) előbbre helyezik azoknál. Fő kérdésfeltevésünk tehát, hogy miért csatlakoznak az Y generációs hallgatók diákszervezetekhez manapság rövid, illetve hosszabb távon. Vajon motivációik visszavezethetők-e egy olyan főbb motivációra, ami esetében céljuk, hogy az egyetemi oktatást kiegészítve, nagyobb esélyekkel induljanak a munkaerő-piaci versenyben. Ezen kutatásunkhoz mintaként az AIESEC fiatal egyetemisták által vezetett szervezete fog alapul szolgálni, mégpedig azért, mert úgy találtuk, hogy ez a tagok csatlakozási motivációit tekintve a legdiverzebb motivációkkal rendelkező diákszervezet.

Dolgozatunk célja, hogy választ adjon azon kutatási kérdéseinkre, hogy vajon a jelenlegi Y generációs hallgatók diákszervezetekhez való csatlakozásának motivációs faktorai visszavezethetők-e egy fő, hosszabb távú motivációra, mégpedig arra, hogy kiegészítve az egyetemi oktatást, nagyobb esélyekkel induljanak a munkaerőpiacra való belépéskor.

Munkánk első két fejezetrészében egy rövid elméleti áttekintéssel, szekunder adatok feldolgozásával indítunk, melyben bemutatjuk a generációkkal, ezen belül az Y generációval foglalkozó szakirodalmat, definiáljuk a generáció kifejezést, illetve ismertetjük a szakirodalomban található generációkat főbb jellemzőik alapján. Továbbá kitérünk a motivációelméletekre, külön vizsgálva tartalomelméleti modell(ek)e)t. Végezetül szót ejtünk a csoporthoz tartozás kérdéséről, mely a motiváció szempontjából releváns számunkra.

Szakirodalmi áttekintésünknek nem célja az érték- és modellalkotás, csupán kutatásunk elméleti megalapozására, a vizsgálódásunkhoz kapcsolódó szakirodalom strukturált áttekintésére törekszünk, mely segítségül szolgál primer kutatásunk elemzéséhez.

Az elméleti áttekintést a témában végzett primer kutatásunk bemutatása, illetve az eredmények ismertetése követi. Emellett bemutatjuk rövid kutatásunkat és annak eredményeit, melyet a munkáltatói oldal megkérdezésével végeztünk el. Ezt követően – az elmélet és a kutatás segítségével – ismertetjük a témára vonatkozó következtetéseinket, illetve megfogalmazzuk, hogy választ találtunk-e kutatási kérdéseinkre. Dolgozatunkat egy rövid, jövőre vonatkozó kitekintéssel, illetve további kutatási javaslatokkal zárjuk.

1. Mit tudunk a generációkról?

Dolgozatunk első részében megvizsgáljuk, mit tudunk meg a szakirodalom alapján a generációkról. A fejezet keretében definiáljuk a generáció kifejezést, ezután egy rövid generációs körkép következik, melyben bemutatjuk, milyen generációk léteznek manapság a munkaerőpiacon. Végül a fejezet zárásaként kitérünk a kutatásunk fókuszát képező Y generáció jellemzőinek részletesebb bemutatására.

1.1. Generáció definiálása

A generáció, más szóval nemzedék definiálására találunk példát a nemzetközi és magyar szakirodalomban is. Először ezeket mutatjuk be, és ismertetjük a generáció általános definícióját kitérve nemzetközi és magyar forrásokra egyaránt, majd bemutatjuk az egyes – a munkaerőpiacon fellelhető – generációkat.

Hagyományosan a generációt a „szülők és utódaik születése közötti átlagos időintervallumként határozták meg.” (McCrindle – Wolfinger, 2010: 14). Ez a meghatározás biológiai alapú, a generációt évtizedekre, húsz-huszonöt éves időintervallumban helyezte el. Mára azonban ez a meghatározás relevanciáját veszítette, hiszen a mai, felgyorsult,

technológia uralta világban húsz év túl tág időnek számít. Sőt, ha napjainkban valóban biológiai meghatározást alkalmaznánk, hosszabb időintervallumban kellene gondolkodnunk, ugyanis a nők gyermekvállalási átlagéletkora kitolódott. Napjaink generációit tehát inkább szociológiai alapon határozzuk meg (McCrindle – Wolfinger, 2010).

„A generáció – szociológiai alapon – azonos időszakban született személyek csoportjára vonatkozik, akik összehasonlítható életkorban és életszakaszban vannak, és akiket sajátos időszak (események, trendek és folyamatok) határozott meg.” (McCrindle – Wolfinger, 2010: 14-15). Welsh (2010) szintén ezt a meghatározást alkalmazza. A generáció e két meghatározása tehát életkor és társadalmi kor alapú, mindemellett pedig a hangsúly a közös vonásokon van, amikben a csoport tagjai osztoznak.

McCrindle – Wolfinger (2010) azt írják, hogy a generációkat sajátos időszak határozza meg, olyan személyek csoportját jelöli ugyanis a fogalom, akik történelmi téren és időn osztozva sajátos személyiséget kapnak e két fogalomtól. A mai generációkat azonban nemcsak az „időn és téren osztozás” jellemzi, hanem egyben a globális jelleg is, azaz a mai generációk átlépték a kulturális és szociogazdasági határokat és a globalizációnak köszönhetően ugyanazon események, trendek és folyamatok alakítják a magyar, mint az amerikai és a japán fiatalokat. Ezek például a „social média”, az online technológiák, ugyanazon filmek, sorozatok, zenék. Ezen fiatalok kapcsolatban, hálózatban élnek egymással, azt mondhatjuk, hogy globális generációt alkotnak. Emiatt a generációt „olyan személyek csoportjaként határozzuk meg, akik ugyanabban a korszakban születtek, ugyanazon időszak formálta őket, és ugyanazon társadalmi markerek voltak hatással rájuk – más szóval a generáció azonos életkor, életszakasz, létfeltételek és technológia, események és tapasztalatok által összekapcsolt csoport” (McCrindle – Wolfinger, 2010: 15).

Szalai Erzsébet (2011) értelmezésében generációnak nevezzük a „közös tudat számos elemével rendelkező, a társadalom szekerét nagyjából egy irányba húzó korosztályos csoportot” (Szalai, 2011: 212). A definíció egyik kulcsponjtját a kor, másik kulcsponjtját a közös tudat jelenti, vagyis a korosztályos csoportok rendelkeznek olyan közös tulajdonsággal, vagy tulajdonságokkal, ami(k)ről mindannyiuk hasonló – nem feltétlenül ugyanolyan – módon gondolkodik, ez pedig meghatározza cselekedeteiket.

Fontos megjegyeznünk, hogy a generáció nem egy homogén csoportot jelöl, aminek minden egyes tagja ugyanazt gondolja és cselekszi. Lehetséges, hogy apróbb eltérések mutatkoznak egy-egy egyénnél. Ezeket az eltéréseket okozhatják személyiség-, habitus-, illetve attitűdbeli

különbségek. Éppen ezért fontos, hogy elkerüljük a sztereotipizálás veszélyét és minden generáció tagját egyénileg közelítsük meg, ne ítéljünk az alapján, hogy a generáció tagjai „általában milyenek”. Erre a veszélyre hívja fel a figyelmet Sindelyes (2009) is, aki azt állítja, hogy „nem szabad túlzottan ráhagyatkozni a jól hangzó generációs csoportosításra”, hiszen mindezt befolyásolhatja akár a társadalmi tagozódás, akár a lakhely is (budapestiek és vidékiek közötti különbségek), illetve olyan töréspontok alakulhatnak ki egy nemzedéken belül, amik előidézhetik, hogy a generáció egyes tagjai jobban hasonlítsanak egy korábbi generációra, mint sajátjukra.

Továbbá fontos megjegyezni, hogy nem minden korosztály válik generációvá, a generációvá válásnak vannak előfeltételei. Ezek Szalai (2011: 212) alapján a következők:

- közös szociokulturális örökség,
- „közös meghatározó élmény” gyermek- vagy kamaszkorban,
- közös, perszonalizálható ellenség létezése és felmutathatósága.

Dolgozatunk egyik fókuszpontját – és a későbbiekben bemutatott kutatásunk alapját – a generációkkal foglalkozó szakirodalmon belül azok a szakirodalmi elemzések teszik ki, melyek azt állítják, hogy a fejlett nyugati országokban az elmúlt években megjelent a munkaerőpiacon egy új értékrenddel, elvárásokkal, jellemzőkkel rendelkező korosztály, az úgynevezett Y generáció. A kifejezés azonban a szakirodalomban korántsem egyértelmű. „Egyes publikációkban „A Hálózat Generáció” („The Net Generation”), „Millenniosok” („Millennials”), „iGeneráció”, „Második Baby Boom” vagy „Google Generáció” megnevezéssel illetik őket” (Bokor, 2007: 21). Mi a továbbiakban az Y generáció kifejezést alkalmazzuk erre a korosztályra, követve ezzel a magyar szakirodalom példáját (Bokor, 2007; Szalai, 2011; Tari, 2010).

A közmegegyezés szerint az egyesült államokbeli munkaerőpiacon négy generáció van jelen (Bokor, 2007; Bokor et al., 2009; Crampton – Hodge, 2009; Tari, 2010):

- a munkaerőpiacról kivonuló, háború előtt (a 20-as, 30-as években, 1925-45 között) született Veteránok,
- a háború utántól a 60-as évek elejéig (1946-64) született Baby Boomerek („A kifejezés arra utal, hogy a háború után jelentősen megugrott a gyerekek születésének aránya, és egy nagyon népes generáció alakult ki.” (Bokor et al., 2009)),
- a 60-as, 70-es években (1965-75) született X generációsok,

- a 80-as évektől (általában 1976-95) született, a munkaerőpiacra éppen mostanában belépő Y generációsok, vagyis a vizsgálatunk tárgyát képező korosztály.

A Baby Boomerek előtt a nemzedékek felcímkezésének gyakorlata ilyen formán nem létezett, mindez a II. világháború után terjedt el. Ettől kezdve meghatározásokat kerestek az elemzők az újabb és újabb generációk leírására. Az X generáció kifejezés Douglas Coupland tollából fakadt, aki saját generációját elemezve olyan címkét hozott létre, amely elterjedt. Az X generáció címke onnan fakad, hogy ez a generáció nem szerette a címkézést, így „X-et kapott”. Ebből az elnevezésből terjedt el végül a soron következő Y (és Z) generáció is (McCrindle – Wolfinger, 2010).

A generációk azonban, ahogy már említettük, nem kaptak egységes elnevezéseket, melyet az *1. Mellékletben* érzékeltetünk. A Veteránok elnevezései a háború és válság képeit idézik, a Baby Boomerek a II. világháború népességrobbanására utalnak, az X generáció elnevezései például a korszak gazdasági fellendülésének eredményei (Lehetőség-generáció), míg az Y (és a Z) generáció a digitális kultúra és a technológia egyeduralmát hirdetik. A generációs címkék nagy része globálisan alkalmazható – legalábbis a fejlett nemzetek vagy a fejlődésben lévő nemzetek nagy része esetében –, hiszen ahogy korábban említettük, a generációk globális generációk. Az *1. Mellékletben* felsorolt címkék nagy része azonban a fejlődésben levő vagy fejletlen országokra nem alkalmazható, és ezen országokban alkalmazott címkék sem alkalmazhatóak a fejlett országokban (McCrindle – Wolfinger, 2010).

Azzal a problémával szembesülünk ugyanakkor, hogy nemcsak az Y korosztály megnevezése, hanem behatárolása sem egységes a szakirodalmi forrásokban. Bokor (2007) publikációjában olvashatjuk, hogy „az 1980-2000 között születetteket szokás az Egyesült Államokban Y generációnak nevezni. A hazai Y generáció korhatárait illetően több kiindulási pont is kínálkozik. Jellemezhetnénk őket úgy is, hogy ez az a generáció, akiknek szocializációjára már nem, vagy csak elhanyagolható mértékben hatott az előző rendszer. Ez esetben az 1982 után születetteket sorolhatjuk ide. A munkaerőpiac felől kiindulva akár az 1975-ös évet is tekinthetnénk a generáció indulási pontjaként” (Bokor, 2007: 4-5).

Tari (2010) is úgy véli, nehéz pontos sávot alkotni az Y generációról, mert eltérőek a nemzedékek kategorizálási adatai. Általában az 1976-95 között születetteket sorolják az Y generációba, mások viszont az 1982 után születetteket.

E kutatásban egyfajta középutat választva, mindemellett pedig figyelembe véve a külföldi és a magyar szakirodalommal való összehasonlíthatóságot, az 1980-as évektől születetteket

soroljuk ide 1994-ig bezárólag, mely egyben egyezik a McCrindle és Wolfinger (2011, In: Szarka, 2011) kutatásában megállapított sávval is. Mi ez alapján a négy generációt a következőképpen soroljuk be sávokba:

- 1946 előtt (20-as, 30-as években) született, 60-as éveik felett járó Veteránok,
- 1946-64 között született, 50-es, 60-as éveikben járó Baby Boomerek,
- 1965-79 között született, 30-as, 40-es éveikben járó X generációsok,
- 1980-1994 között született, 20-as éveikben járó, a munkaerőpiacra éppen mostanában belépő Y generációsok (és a már jelen levők).

A besorolás kapcsán fontos megemlítenünk, hogy bár a generációkutatások általában a születési dátumot veszik alapul, a generációk nem követik egymást szorosan, hanem határaik egybemosódnak. Könnyen előfordulhat, hogy valaki egyszerre több generációhoz is tartozik, két generáció határán található (Sindelyes, 2009). Ebből kifolyólag is nehéz a kutatóknak behatárolni, kategorizálni a generációkat.

A generáció kifejezés meghatározása, illetve a munkaerőpiacon fellelhető generációk ismertetése, behatárolása után, a következőkben bemutatunk egy generációs körképet, ami ismerteti a négy főbb generáció munkaerőpiaccal kapcsolatos tulajdonságait, elvárásait.

1.2. Generációs körkép

Jelen fejezet részben a fent említett négy generációról adunk egy körképet, ismertetjük őket, külön figyelmet fordítva ezen generációk munkaélettel kapcsolatos jellemzőire, hiszen már önmagában ez a négyes felosztás is munkaerőpiachoz kapcsolható generációkat jelöl.

Jelen fejezet rész célja tehát, hogy egy átfogó képet adjon az olvasónak a négy generációról, fejlődési pályájukról. A fejezet résznek nem célja, hogy részletesen bemutassa a generációkat, illetve a részletekbe menő összehasonlítás sem célunk. Célunk viszont az Y generáció részletes megismertetése, melyre a következő fejezetben kerítünk sort, ezzel is jelezve, hogy dolgozatunk, illetve kutatásunk egyik fókuszpontjáról van szó.

Megjegyezzük, hogy a generációkkal foglalkozó szakirodalomban és internetes portálokon már megjelent a legújabb, Z generáció is, viszont ők életkorukból adódóan még nem jelentek meg a munkaerőpiacon. Ebből kifolyólag mi nem ismertetjük jellemzőiket, ám további kutatások témaként javasoljuk ennek a generációnak a vizsgálatát, megismerését, ugyanis ők azok, akik a jövőben követni fogják a munkaerőpiacon az Y generációt. Ebből kifolyólag a

piacnak fel kell készülnie érkezésükre, ami egyben aktualitását is mutatja a témának (bővebben lásd a Kitekintés, további kutatási javaslatok fejezetpont alatt).

A munkaerőpiacon megtalálható négy generáció alapvetően az Egyesült Államokban terjedt el, vált divatossá a használata, ám egyre többen halljuk hazánkban is a kifejezést, sőt, a vállalatok tudatosan készülnek az Y generáció munkaerőpiacra lépésére, tudatosan ismerik meg elvárásait, és azokhoz próbálnak alkalmazkodni (lásd Munkaadók megkérdezése). Bár a szakirodalom hajlamos a jelenséget változtatás nélkül átültetni a magyar valóságba, nem mondhatjuk azt, hogy az USA-ban elterjedt generációk egy az egyben adaptálhatók lennének a magyar viszonyokra is. Ez nem azt jelenti, hogy az amerikaihoz hasonló generációk ne lennének jelen Európában és hazánkban, de utóbbiakban nem az eredeti formájukban ismerhetők fel a generációk, melynek oka a gazdasági, oktatási, társadalmi rendszer másságában és a munkavállalás lehetőségeiben rejlik. Mindezekre részletesebben az Y generáció ismertetésénél térünk vissza (Csaposs, 2012).

A következőkben először kitérünk általánosságban a generációk jellemzésére, alapozva az amerikai, külföldi, illetve magyar forrásokra, ezt követően pedig kifejezetten a magyar vonásokat mutatjuk be, melyek hazánk sajátos történelmi, politikai, gazdasági helyzetéből adódnak.

Feltehetjük a kérdést, hogy miért is foglalkozunk mi a munkaerőpiacon fellelhető generációkkal, illetve azok munkaélettel kapcsolatos elvárásaival, mikor egyik fókuszpontunkat a diákszervezetekhez való csatlakozás vizsgálata jelenti. Mindennek oka a motivációk hosszabb időtávra tekintő vizsgálatában rejlik, ugyanis a generációkat jellemző szakirodalomra alapuló feltevésünk szerint az Y generációsok diákszervezetekhez való csatlakozásának motivációi hosszabb távon a munkaerőpiaccal vannak összefüggésben, illetve azzal, hogy a munkaerő-piaci versenyben nagyobb eséllyel induljanak, mint társaik. Továbbá ez az a generáció, ami jelenleg munkaerőpiacra lépés előtt áll, vagy pedig már be is lépett. Ezért fontosnak tartjuk, hogy kitérjünk az Y generáció munkaerő-piaci elvárásaira, illetve lényegesnek tartjuk annak vizsgálatát, hogy hogyan viselkednek az Y és más generációsok a munka világában. Végző soron minden elvárásuk, ami az egyetemen, illetve azt kiegészítve egy diákszervezeti csatlakozással, vagy tagsággal kapcsolatban felmerül, hosszabb távon összhangba hozható a későbbi munkavégzésükkel kapcsolatos elvárásokra. Például ha valaki a csapatmunkát preferálja az egyetemen vagy a diákszervezetben, feltehetően a jövőbeli cégtől is ezt a munkavégzési formát várja el. Ezzel pusztán érzékeltetni szeretnénk volna, miért fontos számunkra és kutatásunk szempontjából, hogy a

generációk, legfőképpen pedig az Y generáció, munkaélettel kapcsolatos elvárásait, illetve a munka világában tanúsított viselkedését azonosítsuk.

A 2. *Melléklet* a négy említett generáció munkaélettel kapcsolatos jellemzőit tartalmazza adott szempontok szerint összevetve. Ez alapján láthatjuk, hogy jelentős különbségek vannak az egyes generációk munkaélethez való viszonyát illetően (Bokor et al., 2009). A továbbiakban bemutatjuk a táblázat és a szakirodalom alapján a négy generációt.

Mielőtt azonban egyenként bemutatnánk e négy generációt, egy általános képet festünk róluk, mely jól ábrázolja a különbségeket, melyek köztük vannak. A Veteránokat, akik már inkább kivonulóban vannak a munkaerőpiacról a szervezeti hierarchia és bürokrácia elfogadásával jellemezhetjük leginkább. Jelenleg tehát a Baby Boomerek, az X, illetve az újonnan belépő Y generáció alkotják a munkaerőpiacot. A három nemzedék hozzáállása és értékei radikálisan eltérnek egymástól, aminek oka, hogy eltérő munka-erőpiaci környezetben kezdtek dolgozni. A Baby Boomerek nyugodtabb társadalmi, gazdasági körülményekkel találkoztak, előre meg volt határozva a munkaidő vége, személyesen ismerték a vezetőséget, nem csak videokonferencián találkoztak a főnökükkel. Fontos jellemzőik az anyagiasság és a lojalitás. Az X generációsok már nem a túlórával, hanem a korlátlan munkaidővel és a multikkal találkoztak. Mindezek következményeként megjelent náluk a munkahelyi szorongás jelensége. Legfőképp az individualista és a sikerorientált jelzőkkel illethetjük őket. A munkaerőpiacon a legfiatalabb generációt az Y generáció képviseli, akik fontosnak tartják a tanulást, fejlődést, a függetlenséget. A munka-magánélet egyensúlyát, a családi légkört és a jó, fiatalos csapatot a munkahelyen is preferálják, nem akarnak a 7/24 elvárásnak megfelelni (a hét minden napján 24 órában elérhetőnek lenni). Ha a munkahely nem teljesíti elvárásaikat, nagy magabiztossággal munkahelyet váltanak, és úgy gondolják, gond nélkül eladják magukat a telített munkaerőpiacon is (Bokor, 2007; Szarka, 2011).

A továbbiakban ezt a három, illetve a negyedik generációt mutatjuk be részletesebben, az Y generációra külön fejezetet szentelve.

Veteránok

A Veteránok a 20-as, 30-as években születtek, életük során pedig olyan nehéz időket éltek meg, mint például az első és második világháború, illetve az 1929-es nagy gazdasági világválság. Életükben nagyon meghatározó a háborús háttér, aminek következtében racionális gondolkodás és nehézségek vették körül őket, melyeknek köszönhető, hogy a

Veteránokat a szabályok tiszteletére nevelték, akik hűséges odaadással ragaszkodnak is ezekhez. Ez a háttér nemcsak magánéletükben, hanem a munkahelyen tanúsított magatartásukban is megjelenik. A főnököt, a hatalmat és a hierarchiát maximális mértékben tisztelik, úgy gondolják, a parancsoknak engedelmeskedni kell, jól kezelik, sőt igénylik a világos, autoriter vezetéset. Az engedelmisséget és a konformitást preferálják, szemben az individualizmussal. Számukra a szenioritás és a tekintély a korral egyenes arányban növekszik. Preferálják a következetességet, jól érzik magukat olyan menedzserek társaságában, akik alapszinten visszajelzést adnak, továbbá elégedettséget merítenek abból, ha jól végzik a munkájukat. E generáció tagjai magától értetődőnek tartják, hogy a méltányos bánásmóddért és fizetésért cserébe nekik kemény munkát kell nyújtaniuk, lojalitást kell tanúsítaniuk, áldozatokat kell hozniuk, mindezeket pedig meg is valósítják. Sőt, lojalitásuk miatt hosszú távon számolnak a javadalmazással és a méltányos bánásmóddal. Ideális munkaerőnek számítanak, ugyanis alapvetően magukat menedzselik, nagyon fegyelmeztettek, továbbá a kötelességet előnyben részesítik az élvezettel szemben. Lojalitásukból is fakad a hagyományokhoz való kötődésük, ami következtében ellenzik, károsnak vélik a változást, a munkahelyváltást pedig egyenesen a lojalitás vagy munkaetika hiányának tekintik (Crampton – Hodge, 2009; Lewis, 2005).

Magyar vonatkozását tekintve a munkahelyváltás jelenségének elmondható, hogy a Veteránok a sűrű munkahelyváltás mögött a lustaságot hiszik, ugyanis az ő idejükben a rendes embereknek egy munkahelye volt, ahol nyugdíjazásáig odaadóan dolgoztak. Akiknek pedig nem volt munkahelye, azok a közveszélyes munkakerülő kategóriába tartoztak (Tari, 2010).

Baby Boomerek

A generációk között jelenleg még a Baby Boom generáció képviselteti magát a legnagyobb számban (kivonulóban vannak a munkaerőpiacról), arányban, amely a második világháború utáni relatív jólétben és a napjainkat jellemző terrorizmustól és légszennyezéstől mentes környezetben nőtt fel. A Baby Boomerek nagymértékben tudnak azonosulni a növekedéssel, változással és expanzióval. A Baby Boomerek jelentős társadalmi és technológiai változásokat éltek meg: ők voltak például az első generáció, amelyik találkozott a televízióval. Környezeti adottságaikból adódóan is optimistának mondhatók, illetve hajtanak a sikerre. Hasonlóan a Veteránokhoz, elkötelezettek a munka és munkáltatójuk iránt, valamint tisztelik a hatalmat, ám utóbbi nem jelenti azt, hogy az autokratikus vezetéset és a merev hierarchiát is támogatnák (elfogadják, de nem támogatják, nem igénylik!). Ezzel szemben ők

azt preferálják, ha egyenrangúnak tekintik őket. A Baby Boomerek nem tudják olyan gyorsan elfogadni alárendelt szerepüket, mint a Veteránok. A Baby Boomerekben nagy versenyszellem dolgozik, nagy részükre mondható, hogy munkamániás. A Baby Boomerek, abból adódóan is, hogy szeretik, ha egyenrangúnak tekintik őket, nem szeretik csak azért létrehozni és alkalmazni a szabályokat, hogy „legyenek”. „Na mutasd” generációnak mondhatók abban az értelemben, hogy bár tisztelik a hatalmat, megkérdőjelezzik a rendszert. A Veteránok azért dolgoznak keményen, mert úgy gondolják, ez a helyes dolog, míg a Baby Boomerek azért dolgoznak keményen, mert úgy hiszik, ezt kell tenniük (Crampton – Hodge, 2009). A Baby Boomerek szeretnek csapatban dolgozni, fontosnak tartják a személyes fejlődést, ám kényelmetlenül érzik magukat konfliktusos szituációban, illetve időnként túlzottan érzékenyek lehetnek a visszajelzésekre. Elítélően tudnak viselkedni azokkal, akik máshogy látják a dolgokat, ellenállnak a változásoknak (Lewis, 2005).

A Baby Boom generációt két részre oszthatjuk: a '46 és '55, illetve az '55-től 1964-ig születettekre. Előbbi a lázadó hippiket takarja, akiket felfedező, individualista és kapcsolatorientált jelzőkkel illehetünk, míg az utánuk következő Baby Boomereket a kiábrándultság és a cinikusság jellemzi. Mindennek oka a hippik túlpörgött életstílusából fakad: a kábítószeres uralta lázadó korszak elérte csúcspontját és hamar kifűjt, amit kiábrándultság és cinikusság követett, mindemellett az olajválságnak köszönhetően megtört a gyors gazdasági fejlődés.

Magyarországon a 60-as évek közepétől a szocialista táborhoz képest egyre szabadabb légkör kezdett kialakulni. Magyarország volt a „legvidámabb barakk”, ugyanis keretek között, de engedték a lázadást. A szocializmus a szabadabb légkörrel párhuzamosan épült tovább, az emberek mindennapi élete fokozatosan javult, mindenkinek volt munkája, sőt kötelező volt dolgozni (közveszélyes munkakerülő, aki nem dolgozik). A munkahelyeken fix munkaidő volt (délután ötig tartott a munkaidő), mindenki nyugodt körülmények között dolgozott, a munkahelyi elvárások nem hálózták be a magánéletét az embereknek. A kemény munka alapvetően elvárt volt (7/24 elvárása), amit feltételek között teljesítettek: lehetett tudni a munkaidő végét, az elvárt munkamennyiséget. Sok helyen jellemző volt azonban a „kapun belüli munkanélküliség”. A poroszos tekintélyelvűség és a hierarchikus rendszer volt az uralkodó. A fiatalabbak megélték a rendszerváltás, aminek következtében új élet következett: sokan állami munkahelyektől a privát szférába kerültek és meg kellett tapasztalniuk, hogy hiányzik az angoltudásuk, sok esetben egy diploma. Sokan elvesztették a biztonság érzését,

ráeszméltek, hogy nincs vége ötkor a munkaidőnek, továbbá hogy az önmenedzselés fontos, ugyanis semmi nem jár alanyi jogon (Tari, 2010).

X generáció

Az X generációsok a munkamániás Baby Boomerek gyermekei, akik gyermekkoruktól kezdve magabiztosságra nevelték őket (Crampton – Hodge, 2009).

Az X generációsok magasan iskolázottak, több mint 60 %-uk felsőoktatási intézmény tagja volt (Lyon, 2010a).

Az X generáció vágyik a munka és magánélet egyensúlyára, ebből kifolyólag pedig „Én” generációként utalnak rá (Crampton – Hodge, 2009). Habár preferálják a rugalmas munkaidőt és az informális munkakörnyezetet, nem igaz rájuk az a mítosz, hogy nem hajlandók keményen dolgozni. Hajlanak rá, ám ez nem jelenti azt, hogy engedik, hogy kihasználják őket. Számukra fontos, hogy a munkájuk mellett magánéletük is legyen (Lewis, 2005).

Valamilyen szinten bizalmatlanok a cégekkel szemben, hiányzik az a szintű hűség náluk, ami a Veteránoknál és a Baby Boomereknél megvan. Inkább egyénekhez és csoportokhoz lojálisak, mint cégekhez. Értékelik, azonosulnak a változásokkal, legfőképpen akkor, ha az a technológiával áll kapcsolatban. Az X generációsok technológiaőrültek, ami a gyors technológiai fejlődésnek és a számítógépek elterjedésének köszönhető, ők voltak ugyanis az első generáció, akik számára hozzáférhető volt a technológia számítógépek céges világon kívüli, magánéletben való használatán keresztül. Mivel eredményorientáltak, ezért is specifikus és konstruktív visszajelzéseket várnak el a teljesítményükről (Crampton – Hodge, 2009).

Szívük szerint elkerülik a vállalati politikát, nem érdeklődnek ez iránt. Általában motiválhatók a függetlenség kilátásával, a vállalati struktúra és merevség hiányával és a legújabb technológiai újításokkal. A „multi-tasking” hívei, vagyis párhuzamosan több tevékenységet végeznek egyszerre. Sok munkát végeznek, amihez szeretik, ha megkapják a kellő szabadságot, ha a maguk módján oldhatják meg a feladatot, és ha csak a kellő (nem túlzott mértékű) felügyeletet biztosítják felettük. Tisztelik a legitim hatalmat, azonban csak akkor, ha az referens hatalom (Lewis, 2005).

Tari (2010) alapján Magyarországra kitekintve elmondható, hogy az X generáció szembesült egyfajta megmérettetéssel, ami alapvetően a multik megjelenésének volt köszönhető, amik új kultúrát hoztak be hazánkba: üvegfalú irodák, sokszor ismeretlen cégvezető, céglojálisítás,

túlóra, rugalmas munkaidő, nyelvismeret, magasabb végzettség, professzionális tudás szükségessége – amik sokaknál hiányosak voltak. Továbbá rájöttek, hogy csak magukra számíthatnak. Szembesültek a „rendszerváltás után az én-marketing jelentőségével, rájöttek, hogy mindenki önmaga sales-ese: olyan alkupozíciót kell kialakítani, hogy érezze a munkaadó, szüksége van rá.” (Tari, 2010: 165-166).

Olyan értelemben hasonlóság fedezhető fel Magyarország és az Egyesült Államok X generációja között, hogy mindkét esetben elveszett a biztonság érzése, rá kellett döbenniük az embereknek, hogy szükség van a meggyőző, hiteles kommunikációra, a csapatjátékosságra. Érdekkapcsolatokat kell kialakítani a pénz és az előmenetel miatt, mindezek pedig rivalizációhoz, atomizált csoportokhoz és munkahelyi szorongáshoz vezetnek. Kevesebb idő jut a baráti beszélgetésekre, ami annak is köszönhető, hogy rengeteget dolgozik az X generáció. A családi élet, a pihenés csökken, ami a 7/24 elvárásából, és a „rugalmas” munkaidőből is fakad. Az X generáció egyes tagjai „lusta, nemtörődöm, szemtelen” embereknek tartják az Y generáció tagjait, ami mögött az intelligensségből fakadó tudattalan irigység rejtőzik (Tari, 2010).

1.3. Az Y generáció bemutatása

A munkaerőpiacon fellelhető három generáció ismertetése után jelen fejezetben bemutatjuk a témánk fókuszpontját jelentő célcsoportot, az Y generációt, amely a legfiatalabb generációnak minősül a munkaerőpiacon. Az előző fejezethez hasonlóan ebben az esetben is külön kitérünk a nemzetközi és a magyar sajátosságokra, továbbá körbejárjuk azt a kérdést, hogy létezik-e Magyarországon Y generáció.

1.3.1. Az Y generáció nemzetközi vonatkozásai

Jelen fejezetrészben a nemzetközi szakirodalom alapján mutatjuk be tehát az Y generációt, illetve mindezt kiegészítjük magyar forrásokkal, ám ezek a források is a nemzetközi sajátosságokat emelik ki a generációval kapcsolatban, nem a magyar vonatkozásokat. Először általánosságban, jellemzőik mentén mutatjuk be őket, majd kitérünk arra a kérdéskörre, hogy mi motiválja az Y generációsokat a munkában.

Y generáció nemzetközi szinten

Welsh (2010) három jelenséget említ, ami meghatározza az Y generáció viselkedését:

1. „Mega-traumák”: természeti katasztrófák, iskolai erőszak és a terrorizmus (9/11)
2. Megnövekedett technológiai hozzáférés és a kommunikáció új formái
3. Kora gyermekkori családi szocializáció, aminek része, hogy az édesanyák dolgoznak.

Mindezek erősen befolyásolják az Y generáció munkához való hozzáállását, ugyanis abbéli elképzelésüket erősítik meg, hogy az élet rövid, éppen ezért pedig fontos a munka és a magánélet egyensúlya (Work-life balance, WLB), fontosak a személyes kapcsolatok.

Crampton – Hodge (2009), Fülöp (2012), Matthews (2008) és Tari (2010) alapján elmondhatjuk, hogy az Y generáció tagjai a legmagasabban képzettek, és ők értenek a legjobban a technológiai újításokhoz, ami annak is köszönhető, hogy gyermekkoruktól kezdve a számítógépek, internet, mobiltelefonok, laptopok és egyéb technológiai „kütyük” digitális világában szocializálódtak. Az Y generációsok technológiaorientáltak, sőt inkább információorientáltak és egyben hozzáértőknek mondhatók. „Az internet az Y generáció éltető eleme, mindig „fel van csatlakozva”, folyamatos online kommunikációt folytat a barátokkal, családdal, így azok a munkáltatók, akik nem biztosítanak 7/24 hozzáférést a Facebookhoz vagy a Youtube-hoz, elvéreznek a rekrutálási harcban.” (Matthews, 2008: 2; Welsh, 2010). „Ami nincs fenn a neten, az Y generáció számára nem is létezik.” (Tari, 2010: 46). Az internet számukra megbízható forrást jelent – a korábbi generációkkal ellentétben, sőt, az internet előnyei közé tartozik számukra, hogy gyors, így sokszor a személyes kontaktus helyett is az e-mailt vagy a Facebookot, chatet választják.

Lyon (2010b) elmondása alapján az Y generáció nagyon komplex generáció, rendkívül diverz és széles érdeklődési körrel, könnyen keveri a kommunikációt, a szórakoztatást és az innovációt. Sokféle közösséget keresnek mind online, mind offline formában, továbbá társadalmilag tudatosak.

Az Y generációsok az X generációhoz hasonlóképpen függetlenek, bár kisebb mértékben, vállalkozó kedvűek. Fontos számukra a siker, a győzelem legalább annyira, mint maga a verseny, továbbá a karrier, illetve a pénz is elsőrendű és motiváló tényezők (Fülöp, 2012; Tari, 2010).

Az Y generáció számára a munka csak egy szerződést jelent, nem egy hivatást. Bár – hasonlóan az X generációhoz – az Y generációsok is keményen dolgoznak, ez nem jelenti azt, hogy olyan mértékben elkötelezettek lennének a munka vagy a fix dolgok iránt, mint a Baby Boomerek vagy akár a Veteránok. Mindkét előbbi generáció úgy gondolja, hogy az élet nem csak a munkáról szól, a munka-magánélet egyensúlyra és a rugalmasságra ezért nagy

hangsúlyt fektetnek, ez pedig különösen igaz az Y generációra. Az Y generáció azért „dolgozik, hogy éljen”, míg az „idősebb generációk azért élnek, hogy dolgozzanak” (Crampton – Hodge, 2009: 3). Mindez szüleik révén alakulhatott ki náluk, akik mókuserékben éltek életüket, nem láttak egyebet, mint hosszú munkaórát, amiért a „köszönet” leépítések sorozata lett. Ebből kifolyólag az Y generáció tagjai tudatosan figyelnek a munka és a magánélet egyensúlyára, sokan még abban az esetben is, ha ez kevesebb fizetéssel és előléptetéssel jár. Fontos tehát számukra a „karrier kettős felfogása” (Bokor, 2007: 5). Mindemellett úgy gondolják, hogy időmenedzsmenttel és hatékonysággal ugyanazt az eredményt is el tudják érni, mint idősebb kollégáik, mindezt pedig gyorsabban és rugalmasabban teszik. Az Y generációs esetében a „munka és a hivatás iránti alázat keveredik a rabszolgaléttel: ha későn maradsz benn, „rabszolga vagy” (Tari, 2010: 24). Az „Y-os” fogja a kabátját a hivatalos munkaidő végeztével, és megy, hogy máshol töltse szabadidejét. Úgy gondolja, ha jól végzi a feladatát, akkor a munka nem mehet a szabadidő rovására. Ha az X generáció az „Én”, akkor az Y a „Miért én?” generáció (Crampton – Hodge, 2009; Fülöp, 2012; Matthews, 2008; Tari, 2010; Welsh, 2010).

Mindennek lojalitásbeli vonatkozása is van: kevésbé lojálisak cégekhez, magukhoz és személyes kapcsolataikhoz lojálisak, a magánélet prioritásai sokszor fontosabbak, mint a munkahelyiek (Bokor, 2007; Bokor et al., 2009). Sőt, azt mondhatjuk rájuk, hogy szkeptikusan állnak hozzá a cégekhez (politikához), a nagyvállalatokhoz, ugyanis láttak már nagy vállalatokat, bankokat bedőlni a válság alatt (Lyon, 2010b). „Nem mondhatók engedelmes munkaerőnek, többségük öntörvényű személyiség. Számukra a munkahely csak egy a sok közül, amit bármikor meg lehet változtatni. Nem szívesen marad ott, ahol a cég iránti lojalitás elvárása erős.” (Tari, 2010: 23).

Az Y generáció nyílt kommunikációt és pontos tájékoztatást vár el a munkában, emellett folyamatos visszajelzést a teljesítményükről. Ha a munkahelynek elvárásai vannak, elvárják, hogy formálisan kommunikálja azokat és értesítse őket erről, különben nem lehet elszámoltatni a munkavállalót. Csak rossz szervezés és kommunikáció van, nem rossz munkavállaló. Némi ellentmondásosság van bennük a visszajelzéseket illetően, ugyanis bár szükségük van a visszajelzésekre, a negatív kritikát nehezen viselik. (Crampton – Hodge, 2009; Matthews, 2008; Tari, 2010; Welsh, 2010).

A források alapján állíthatjuk, hogy az Y generáció fiatal munkavállalói rendkívül nagy önbizalommal rendelkeznek, törekvőek, ambíciózusak. Úgy gondolják, sokra hivatottak, semmi sem lehetetlen számukra, nem fogadnak el nem választ, minden elérhető, ha elég

keményen dolgozol, „hősnek” érzik magukat. Ezért is fontos számukra a karriermenedzsment, az önfejlesztés, a mentor rendszer és a képességeken alapuló előléptetések, szemben az életkor alapúakkal. Ez a nagy önbizalom és a „különleges vagyok” érzés onnan ered, hogy a Baby Boomer szülők által egy rendkívül családorientált közegben nőttek fel, ami beléjük plántálta ezt az érzést. Ez azonban veszélyes lehet, ugyanis megeshet, hogy nagy elvárásokkal érkeznek a munkahelyre, azt gondolják, egyből érdemben hozzájárulhatnak a munkához, azonban sokszor csalódniuk kell és kompromisszumot kell hozniuk. Ha ez pedig nem teljesül, akkor váltanak (Crampton – Hodge, 2009; Matthews, 2008; Welsh, 2010).

Az Y generáció tagjai hiányosságuknak mondhatják a türelmet: mindent azonnal, ott és akkor akarnak. Mindemellett könnyen elunják magukat. Ez jellemzi őket akkor is, ha hatékonytalan személyes találkozókra van szó, hozzászoktak ugyanis, hogy e-mailen, sms-ben, közösségi oldalakon, Google-n és egyéb formában lépnek kapcsolatba egymással és szereznek információt, kevésbé támogatva a személyes, telefonos és levélben történő, Veteránok és Baby Boomerek által preferált formákat. Az Y generáció tanítása is éppen ezért nagy kihívás. Nehezen lehet felkelteni az érdeklődésüket, megtartani a figyelmüket. Nagyfokú interaktivitás szükséges ahhoz, hogy mindez sikerüljön, enélkül ugyanis úgy érzik, hogy felesleges „időpocsékolás” és megunják. Jellemző, hogy nem az adatokat tartják észben, hanem azt, hogy mit és hol találnak meg gyorsan az interneten (Crampton – Hodge, 2009, Fülöp, 2012).

Az ideális főnök számukra rugalmas, nagyfokú felhatalmazást (empowermentet) támogató, emellett kihívást jelentő munkát ad, továbbá kialakít egy kollegialitáson alapuló, támogató kultúrát (mindez persze a vállalati kultúrából fakad). „Az Y generáció tagjai rendkívül lényegesnek tekintik a szabadságot, az autonómiát, mégpedig a felelősség és a döntések szempontjából egyaránt, ugyanakkor értékeli a demokratikus, partneri alapokon működő munkakörülményeket és szabályokat.” (Fülöp, 2012: 46). Nagyon fontos számukra, hogy a vezető hiteles legyen, hogy tisztában legyen a saját és mások értékeivel és legyen egyfajta morális tartása. Egy olyan környezetben, ahol a munkatársak nagy része jelenleg még nem Y generációs, nehezen lehet Y generációsokat támogató mentor- és karriermenedzsment rendszert megfelelőképpen kialakítani, hiszen ezek a generációk sokszor eltérően vélekednek jelenségekről, ezáltal fennáll a lehetősége, hogy nem azt a tudást vagy nem olyan módon adják át, ami az Y generáció stílusának megfelel. Éppen ezért fontos, hogy tudatosan készüljenek a vállalatok a megfelelő rendszerek kialakítására és az Y generáció munkaerőpiacra lépésére, továbbá egy olyan vállalati kultúrát alakítsanak ki, amiben a munkavállalók jól érzik magukat és elősegíti elköteleződésüket. Az Y generációsok úgy

gondolják, a boldog munkavállaló az, aki produktívan hozzá tud járulni a vállalat sikerességéhez (Crampton – Hodge, 2009; Welsh, 2010).

Négy meghatározó karaktert különíthetünk el a generáción belül Lyon (2010b) mentén:

- „Csatlakozók” („Connectors”): olyan közösségi oldalak tagjai, mint a Facebook, MySpace, továbbá kedvenc termékeik között az iPhone szerepel.
- „Előfutárok” („Forerunners”): amíg a Csatlakozók a Facebook-on vannak fenn, addig az Előfutárok két lépéssel előrébb járnak, vagyis olyan közösségi oldalak tagjai, mint a Twitter vagy a Tumblr. Ezek a fiatalok intellektuálisan kíváncsiak, nagy lelkesedéssel fedezik fel a legújabb trendeket, legyen szó zenéről vagy hírekről. Mindemellett szánnak időt társadalmi és zöld témák megismerésére is. Ők a feltörekvő blogosok.
- „Menekülők” („Escapists”): eltávolodnak a rohanó világtól, sőt, elmenekülnek a mindennapi élet elől a virtuális világukba.
- „Szabad gondolkodók” („Free thinkers”): rendkívül magas képzelőerővel bírnak, „out-of-the-box” módon szeretik kifejezni magukat.

Az Y generációs számára nemcsak a társadalmi kérdések fontosak, hanem a „zöld”, környezettudatos gondolkodás is. Céljuk, hogy jobbat tegyék a világot, éppen ezért nem dolgoznak ugyanis olyan vállalatnál, ami nem 100%-ig elkötelezett a környezet védelme és a CSR mellett (eco-harcos) (Matthews, 2008; Szilágyi, 2010).

Az Y generációt gyakran cinikusnak írják le, mivel gyakorta megkérdőjelezi a hatalmat és hiányzik belőlük a kellő alázat, de ennek ellenére szeretik azokat a vezetőket, akik etikusak és inspirálók. Mindezek alapján, hogyan célszerű menedzselni az Y generációs munkavállalót? Welsh (2010) is erre a kérdésre kereste a választ. Az etikának mindenképpen helyet kell szorítani a tréning programokban, a vezetőknek etikus példát kell mutatniuk és ezen alapuló magatartást elvárniuk. A munkaidőt érintő vállalati szabályzatoknak, elvárásoknak nagyon tisztának kell lenniük, és pontosan kell őket kommunikálni, ugyanis ezen generáció tagjai hajlandóak időt áldozni a munka elvégzésére, ám a szükséges és ez alapján elvárt időt abban mérik, mennyi szükségeltetik a munka minőségi szinten való teljesítéséhez, nem pedig abban, mennyi időt ül benn valaki a munkahelyen, és folytat „bennülési versenyt”. Az Y generáció tagjai nincsenek hozzászokva és nehezen viselik a teljesítményüket érő negatív kritikát, éppen ezért a legjobb visszajelzés egyértelmű, konkrét, és tartalmazza mind a jó, mind a fejlesztendő tényezőket. Az Y generációsok szeretnek csapatban dolgozni, és látni, hogy hat a munkájuk

másokra. Az Y generáció tagjai rengeteg időt töltenek közösségi oldalakon, ebből kifolyólag világosan kell szabályba foglalni, mit „postolhatnak” ezeken az oldalakon és mit az, ami bizalmas vállalati információnak minősül (Fülöp, 2012; Welsh, 2010).

Mi motiválja az Y generációt a munkában?

Feltehetjük a kérdést, mi motiválja az Y generációsokat a munkában. Annyi bizonyos, hogy ezt a generációt nem lehet hosszú távon megtartani a hagyományos munkahelyi jellemzőkkel (pl. hierarchia, munkabeosztás) (Fülöp, 2012). Az Y generáció ugyanis a „munka fogyasztója, tudatos, információt gyűjt munkahelyéről, preferenciákkal rendelkezik, összehasonlít, ítélkezik.” (Szilágyi, 2010). Igénylik a karriertervezést, illetve emellett a munkakörnyezetről szóló tiszta, reális képet, mely nem csak a pozitív oldalát mutatja a munkának, hanem a hátulütőket is. Fontosnak tartják az elvárások és célok egyeztetését, illetve egy ezek elérését segítő stratégia megalkotását, vagyis a lehetőséget a fejlődésre. Nagyon motiváló tud lenni számukra egy olyan rotációs program, ahol hosszabb időt eltöltve, több területet is megismerhetnek, mindeközben pedig kihívó feladatokat oldhatnak meg. a megadott kereteken belül szívesen dolgoznak távmunkában (Fülöp, 2012; Lewis, 2005).

Motiválónak tartják a kihívásokat, illetve szükségesnek tartják, hogy egyszerre több mindennel foglalkozhassanak, támogatják a „multi-tasking”-ot, továbbá a változatos munkát (Fülöp, 2012; Lewis, 2005).

Szeretnek csapatban dolgozni és jó csapattagok is egyben, szeretnek nagy dolgokat véghezvinni, „hősök” akarnak lenni, mindent azonnal akarnak, továbbá motiválja őket, ha értelmes, kreatív emberekkel dolgozhatnak együtt (Fülöp, 2012; Lewis, 2005).

Fülöp (2012: 47) szerint „amellett, hogy fontos számukra a jó pozíció, a fő motivációjuk elsősorban nem a rang és cím, hanem a pénz. Legtöbbjüknek nagyon komoly gondot jelent az életkezdés, hiszen a saját otthon elérése fényévekre van tőlük. A pénz a fő mozgatóerő abban is, ha külföldön vállalnak munkát, vagy akár véglegesen letelepednek egy másik országban.”

Fülöp (2012) szintén megfogalmazta, mi motiválhatja az Y generációt a munkában, melyek a következők:

- A rotációs vagy projektmunkák,
- zöld iroda, környezettudatos gondolkodás,
- atipikus foglalkoztatási formák, például távmunka,
- rugalmas munkaidő,

- partneri kommunikáció,
- társadalmi felelősségvállalás fontossága,
- önfélesztés lehetősége, workshopok,
- karriertervezés,
- személyre szabott kommunikáció a vezetőktől,
- szakmai példamutatás a vezető részéről,
- személyre szabott erkölcsi elismerés, lojalitás erősítése,
- brand- és csapatépítés.

1.3.2. Y generáció és az oktatás: digitális bennszülöttek vs. bevándorlók

Ezt a fejezetet Prensky (2001) cikkének bemutatására szenteljük, ugyanis kifejezetten az Y generációval és az oktatással foglalkozik, bemutatja, mi a probléma a jelenlegi oktatási módokkal, továbbá megvizsgálja, mi lenne az ideális az Y generáció számára. Számunkra ez azért releváns, mert feltételezésünk szerint az Y generációsok igényeinek manapság már nem elegendő az egyetemi oktatás önmagában, így ezt kiegészítve csatlakoznak diákszervezetekhez.

Prensky (2001) szerint a fő probléma az oktatás terén, hogy az oktatás minőségével foglalkozó források figyelmen kívül hagyják a legalapvetőbb okot, mégpedig azt, hogy alapjaiban változott meg a világ, információs korban és digitális világban élünk, ami megváltoztatta a hallgatókat, diákokat: az Y generációsoknak természetes ez a közeg, ezen alapuló oktatási rendszert preferálnának, míg az őket oktató korábbi generációknak nem az, és más rendszert támogatnak, másban nőttek fel. Az őket körülvevő környezet és a környezettel való interakció gyakorisága alapján változtatta meg az Y generációsok gondolkodásmódját és azt a mechanizmust, amivel feldolgozzák a környezetből érkező információkat.

Prensky (2001) is taglalja ennek a megváltozott generációnak a helyes megnevezését. Egy olyan elnevezést vél a legtalálóbbnak a generáció jellemzésére, amit McCrindle és Wolfinger (2010) (lásd *1. Melléklet*) is szerepeltet tanulmányukban, ez pedig nem más, mint a digitális bennszülött kifejezés. Úgy gondolja, ez a név jól érzékelteti, hogy az Y generációsok teljesen természetesnek veszik és „anyanyelvi szinten beszélnek” a digitális világ nyelvét. A digitális bennszülött kifejezés mellett használja a digitális bevándorlót is, ami mindazokra utal, akik „megtanulták beszélni e világ nyelvét”, de nem születtek bele, így némi „akcentussal rendelkeznek”, nem minden természetes számukra, ami félreértések forrása lehet. „A digitális

bevándorló tanulása során alkalmazkodik környezetéhez – mint minden bevándorló, egyesek jobban, mint mások –, de bizonyos mértékig mindig megtartja „akcentusát”, azaz fél lábbal a múltban él. A digitális bevándorló akcentus abban nyilvánul meg, amikor első gondolatunk helyett csak a második az internet, amikor információra van szükségünk. Ez a generáció csak később tanulja az új nyelvet.” (Prensky, 2001: 2). Ilyen akcentus például, ha valaki kinyomtatja az e-mailjeit, vagy felhívja a munkatársát, hogy megkapta-e az e-mailt.

Ez a generációs különbség (az akcentus nélkülség, illetve annak megléte) alapvető problémát okoz az oktatásban, ugyanis olyan tanárok oktatnak „anyanyelvi szinten beszélőket”, akik „akcentussal beszélnek”, illetve akik ragaszkodnak saját, de ebben a világban „elavultnak” számító nyelvükhöz. A digitális bennszülöttek sokszor nem értik, mit mondanak, illetve oktatnak nekik a bevándorló tanárok. A digitális bennszülöttek szeretnek több dolgot egyszerre csinálni („multi-tasking”), mindezt pedig a tanulásban is alkalmazzák, zenét hallgatnak, filmet néznek, kedvelik az ábrákat, a videókat, egyszerűen csak „szórakozva tanulnak”. Ezt a bevándorlók azonban nehezen tudják megérteni, ugyanis ők nem a gyors és élvezetes tanulás hívei, hanem a „lassan, lépésről lépésre” és az „elmondom és visszakérdezem” módszeré. Ez viszont nincs összhangban a digitális bennszülöttek igényeivel, így az oktatás terén jelentkező alapvető probléma forrásává válik. A digitális bevándorló tanár azt feltételezi, hogy a tanulók olyanok, mint amilyenek korábban voltak, és azok a módszerek, amelyek akkor működtek, most is megállják a helyüket. Ám ez már nem igaz, napjaink tanulói mások. A digitális bevándorlóknak újra kell gondolniuk a módszereket és a tartalmakat. A tempónak gyorsabbnak kell lennie, kevésbé szabad lépésről lépésre haladni, a tartalmat illetően pedig aktuális, a „jövőbe mutató” tartalmakat kell kidolgozni, amihez a tanulókat is segítségül lehet hívni (Prensky, 2001).

1.3.3. Létezik-e itthon Y generáció?

„Egyre többet halljuk hazánkban is az Egyesült Államokban elterjedt és divatossá vált Y generáció kifejezést. A szakirodalom hajlamos ezt a jelenséget egy az egyben lefordítani magyarra, és úgy érzik, ezzel már adaptálták a magyar viszonyokra.” (Csaposs, 2012: 132).

Ez azonban ilyen formában sajnos nem igaz. Bár megjelent hazánkban és Európában is az Y generáció, az előző fejezettrészben felsorolt jellemzők nagy része megfelel a magyar Y generációra, de az itteni fiatalok némileg más tulajdonságokkal jellemezhetőek, mint az amerikaiak, ezért ezt a kifejezést nem szabad egy az egyben, eredeti formájában alkalmazni a

magyar viszonyokra. Mindennek oka, hogy eltérő alapokkal rendelkezünk: eltérők a történelmi, gazdasági, társadalmi körülmények, illetve az oktatási rendszerben is másra helyeződik a hangsúly. Az amerikai oktatási rendszer a képességek fejlesztésére és érvényesítésére neveli a fiatalokat, míg a hazai oktatási rendszer a tárgyi, lexikális tudásra helyezi a hangsúlyt, nem pedig a kompetenciákra. Az eltérés oka megjelenik emellett a munkavállalás lehetőségeiben is. Hazánkban a multinacionális vállalatok kezében van az irányítás, ők, vagyis a munkaadók szabják a feltételeket, nem pedig a munkavállaló. Ezt a jelenséget erősíti a válság utóhatása is, ami a cégek költségmegtakarító magatartásában jelentkezik, ez pedig egyben alacsonyabb fizetéseket és juttatásokat eredményez (Csaposs, 2012).

Tari (2010) is úgy véli, hogy az itteni viszonyok eltérnek a külföldiektől, amit főként a válság következményének tulajdonít. Hazánkban munkanélküliség fenyeget, nagyfokú bizonytalanság uralkodik, ennek következtében nincs akkorra magabiztosság, mint külföldön.

Bokor (2007) azt is hozzáteszi a „Létezik-e Y generáció?” kérdéshez, hogy még a viszonyítási pontot sem ismerjük, azaz valójában nem tudjuk, külföldön létezik-e a szakirodalomban tárgyalt Y generáció. Ezt tetézi, hogy a szakirodalom sem egységes. Bokor (2007: 19) úgy gondolja, hogy „jelenleg Magyarországon nincsen generációváltás, nem jelent meg egy, a korábbiól jellegzetesen eltérő, határozott identitástudattal rendelkező korosztály. Nincsen Y generáció, nem azért, mert nem tekinthetők (új) generációnak, sem azért, mert nem jelennek meg markánsan a szakirodalom által az Y-osoknak tulajdonított jellemzők.” Ezt a választ azonban árnyalja azzal, hogy találhatunk változási trendeket, illetve egyes jellemzők mentén megfigyelhető az egyezés a magyar és a külföldi Y generációsok között, sőt minden bizonnyal van az Y generációnak olyan csoportja is, amit nevezhetünk a klasszikus értelemben Y generációnak. „A lényeg azonban, hogy nem érzékelhetünk generációs korszakváltást, tulajdonképpen a rendszerváltás „utórezgéseit” tapasztaljuk.” (Bokor, 2007: 19).

Szalai (2011: 217) úgy véli, a „mai fiatal felnőttek még nem szerveződtek generációvá, és az erre való jövőbeli esélyeik nem túlságosan biztatóak.” Ennek oka, hogy a globális összefüggések alapjaiban határozzák meg a lokális problémákat, így a mostani fiataloknak a kapitalizmus személytelen képével kell megküzdeniük. Ez a kitáruló, lehetőségekkel teli világ azt eredményezi náluk, hogy keresik az utat, a célokat, de sokszor nem tudnak egy irányba menni és szorongás, bizonytalanság és reménytelenség jellemzi őket, hiszen nem találják a helyüket a világban, súlytalanul lebegnek, sodródhatnak. Rendkívül sok, eltérő jellemzővel

felruházható rétegre szakadnak – felerősítve a szegregációt, így pedig nehéz általánosítani és azt mondani, hogy generációt alkotnak. „A mai fiatal felnőttek nem fognak maradandó hatást gyakorolni a társadalmi viszonyok alakulására, nem fogják aláásni a magyarországi újkapitalizmus rendszerét, sőt, lehet, hogy inkább meg fogják erősíteni azt.” (Szalai, 2011: 218). Közös érdekük azonban az kellene, hogy legyen, hogy „emberi mértékkel élhetőbbé” tegyék a kapitalizmus rendszerét.

Hudra (2010, In: Szalai, 2011: 219-221) gondolatai is arra engednek következtetni, hogy nincs Y generáció Magyarországon, azonban emellett arra is, hogy a fiatalok elindultak a generációvá válás útján. A fiatalok többsége az egyetem végeztével diplomás munkanélkülivé válik, pedig az ígélet számukra az volt, hogy biztos jövő vár rájuk, ha egyetemet végeznek. Valójában az egyetemi évek „parkoló pályával” egyenlőek, azaz ideiglenesen leköti a tömegeteket, elterelve figyelmüket bizonytalan, reménytelen helyzetükről. Mindez a rendszerváltás következménye, melynek köszönhetően megszűntek a referenciapontok, amikhez lehetett viszonyítani, és ami csökkentette a bizonytalanságot. Az Y generációra jellemző először – a rendszerváltás után, a „határok nélküliség”. Hudra (2010) is megemlíti, csakúgy, mint Szalai (2011), hogy az Y generációnak addig még soha nem látott értékrendből kellett választania, amihez megkapta a szabadságot is, ám ez hátrányosan érintette őket, ugyanis nem rendelkeztek mintákkal, amikkel felkészülhettek volna a változásokra. Egyedül maradtak, az értékek átalakultak, az addigi közösség szerveződési formák pedig megszűntek. Ám vannak arra utaló jelek, hogy ezek a fiatalok elindultak a generációvá válás útján. Ilyen például, hogy van közös, meghatározó társadalmi emlékü (pl. 9/11), továbbá kamaszkori lázadásuk ölthet világnézeti formát ezzel megtalálva „szüleikben az ellenséget”, ami a generációvá váláshoz szükséges. Az, hogy lázadásuk milyen mértékben fog kibontakozni, függ attól, hogy (Hudra, 2010, In: Szalai, 2011: 221):

- egzisztenciális vagy politikai oldalról éri őket nagyobb nyomás,
- értelmiségük az önreprezentáció mellett képes lesz-e korosztályánál kiszolgáltatottabb sorsúak képviselőté, megszólaltatására is,

E két tényező befolyásolja, hogy generációvá válva milyen irányba fogják tudni befolyásolni – ha tudják, a társadalmi viszonyokat.

- az is lehetséges, hogy belső ellentéteik válnak erőssé, ami osztálykonfliktussá válik. De ez inkább a generációs szerveződés utáni szcenário.

Mindezek után nem állíthatjuk, hogy a mai fiataloknak könnyebb dolguk van, mint a szüleiknek, azaz az előttük lévő generáció(k)nak. Igaz, hogy többfelét tapasztalhatnak, láthatnak, utazhatnak, stb., de a kérdés, hogy „mennyire szabad az az ember, aki nem tudja kézben tartani az életét, mert nem lehetne hosszútávra tervezhető céljai, hiszen már a holnap is teljességgel bizonytalan. Ezt tetézi, hogy az Y generáció tagjai még abban is bizonytalanok, hogy kik is ők maguk.” (Hudra, 2010, In: Szalai, 2011: 221). A jövőben való bizonytalanság és az identitásbeli bizonytalanság tehát egymást erősítő folyamatok és egyben a generációvá válás gátjai is. A belső szabadság kivívható, ám ehhez erős, tartós és személyes közösségek, generációk létrehozása szükséges.

Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy Magyarországon nem létezik a külföldi értelemben vett Y generáció – a fentebb említett okokból kifolyólag, azonban ha árnyaljuk a képet, felfedezhetjük az Y generációs sajátosságokat a magyar fiatalokban és változtatásokkal bár, de elfogadhatjuk, hogy létezik Y generáció Magyarországon, illetve ha nem is létezik teljes mértékben, akkor is halad a generációvá válás útján.

Az Y generáció magyarországi létezésére vonatkozó bizonytalanságból fakadóan úgy gondoltuk, hogy kutatásunkban szükséges felmérnünk, kutatási alanyaink milyen mértékben viselik magukon az Y generációs jegyeket, mennyire mondhatjuk rájuk, hogy a „klasszikus” Y generációsok, vagy pedig egyáltalán nem mondható el, hogy a generáció tagjai lennének.

1.3.4. Az Y generáció magyar sajátosságai

Az Y generáció nemzetközi vonatkozásainak bemutatása után most kitérünk a kifejezetten magyarországi sajátosságok ismertetésére. Megjegyeznénk, hogy a hazai szakirodalomban kevés példa vált ismertté, éppen ezért két forrás alapján (Bokor Attila tanulmánya, amely legfőképp az Y generációs hallgatók és a karrier kapcsolatára épít, illetve Tari Annamária könyve) mutatjuk be a magyar Y generáció jellemzőit.

„Az Y generációról szóló amerikai cikkek szerint önálló döntés, információéhség, igény a csapatjátékra, magas elvárások a munkaadók felé, magabiztosság, ambíciózuság és sikerorientáltság jellemzik a huszonéveseket. Egy részük magyar közegben is érvényes, ugyanakkor nem állíthatjuk, hogy ez maradéktalanul jellemző lenne” (Tari, 2010: 28), ahogy már kifejtettük a korábbi „Létezik-e itthon Y generáció?” fejezet részben.

Tari (2010) alapján megállapíthatjuk, hogy az Y generáció számára a felnőtt élet, az életcélok bizonytalanok, nem látják ugyanis, hogy léteznének biztos állások. Mindig a változáshoz,

sebességhez kell alkalmazkodni, sosem szabad leállni, mindig elébe kell menni a dolgoknak, mert sosem fog semmi sem magától alakulni.

A szülők adják a döntések szabadságának anyagi háttérét, ők pedig folyton készenlétben vannak, rendszeres kapcsolatban állnak állasközvetítőkkal, interjúkra járnak, mindemellett pedig a külföldi rövidebb, illetve hosszabb távú ajánlatokat is szem előtt tartják, ugyanis nem riadnak meg attól, ha idegen nyelvi környezetben kell élniük vagy tanulniuk. Igaz rájuk, hogy nyüzsgő munkaerőpiacon kell eladniuk magukat, ezért mindent meg kell tenniük az önérvényesítésért, fontos az én-marketing szerepe. Életüket végigkíséri a verseny, ugyanis a fogyasztói társadalomban nem „valamilyennek”, hanem mindig a „legjobbnek” kell lenni egy-egy alkupozícióhoz. A verseny tehát kiélezett, a stressz, a teljesítménykényszer növekszik (Tari, 2010).

Az Y generáció nagy része ma már jól menedzseli önmagát, nem hagyja, hogy háttérbe szorítsák, de ez nem jellemző mindenkire, mert a munkanélküliség, válsághelyzet miatti félelem szülhet olyan magatartást, ami visszafogja az aktív, céltudatos érdekképviselőt. Sokan a teljesítménykényszer szülte munkaalkoholizmus „betegei”, akik egytől egyik olyan ideológiát gyártanak maguknak, hogy csak pár évig kell így kibírni, utána jöhet a jól megérdemelt pihenés, utána előtérbe kerülhet a magánélet. Ám ebből könnyen lehet egy „végtelenített futószalag” és ugyanaz a mókuserék, amiben a szüleik is dolgoztak (Tari, 2010).

Bokor (2007: 5-6) alapján a következő tanulságok vonhatók le a magyar Y generációt illetően.

- Fontos számukra a karrier kettős elvárása, a munka és magánélet egyensúlya.
- A munkát nem befektetésként tekintik meg, hanem azonnali előnyöket várnak el, továbbá nem hajlandók nagy áldozatokat hozni.
- Nem feltétlenül vezetői karriert terveznek csak, nyitottak az azonos szintű, ám nagyobb szakmai elmélyüléssel járó tapasztalatszerzés iránt.
- Rövid távú karrier-elképzeléseik vannak, nincsenek tisztában az adott munkakörben jellemző előrelépési lehetőségekkel.
- Elvárás számukra a folyamatos tanulás, személyes fejlődés.
- Megjelenik az értelemteliség munkakoncepciója, azaz nem elégséges a feladatvégrehajtás, olyan munkát kívánnak végezni, ami értéket teremt.

- Nagyon korán felelősséget igényelnek, nagy elvárásaik vannak magukkal szemben. olyat akarnak csinálni, amit addig nem. Ha ezt nem kapják meg, tovább állnak.
- A pénz és egzisztencia fontos részei a karriernek. A karrier számukra egzisztencia-teremtést, sikert és vezetői pozíciót jelent. Ezt követik az olyan belső motivációként jellemzett tényezők, mint a fejlődés és az önmegvalósítás.

Az Y generációsok tudatosan tesznek karrierjükért, tanulás mellett munkát, illetve a gyakorlatszerzés egyéb módjait vállalják. A Bokor és csapata által végzett kutatás alapján kiderült, hogy ma már szinte mindegyik diák végez hosszabb-rövidebb ideig valamilyen munkát tanulmányai mellett. Ezt a válaszadók 93 %-a is alátámasztotta. A munkatapasztalat szervezeti formák közötti megoszlását az 1. Táblázatban láthatjuk.

1. Táblázat. Hol szereznek gyakorlatot a diákok?

	Összes válaszadóhoz képest
Üzleti szervezetben gyakornok	35, 2 %
Diákszervezet	26, 9 %
Üzleti szervezetben munkatárs	24, 8 %
Családi vállalkozásban besegítés	17, 9 %
Önkéntes munka	15, 2 %
Demonstrátor	11, 7 %
Egyéb	11, 7 %
Civil szervezetnél munkatárs	10, 3 %
Saját vállalkozás	5, 5 %

Forrás: Bokor (2007: 8).

Mindez alapján elmondható, hogy a diákszervezetek a második legnépszerűbb gyakorlatszerzési formának számítanak, rögtön a gyakornoki állás után, így ez témánk szempontjából fontos információnak minősül, ugyanis ezek a hallgatók azért csatlakoznak ilyen szép számban diákszervezetekhez, hogy gyakorlatot szerezzenek, kiegészítve az egyetemet, és megalapozva a karriert.

A gyakori munkavállalás motivációi között azonban a szakmai gyakorlatszerzés csak az egyik tényező, emellett gyakori motiváló tényező a karrierépítés, és az anyagi motiváció. A legtöbben karrierépítési indokkal keresik a munkavállalás megoldását, ugyanis szeretnék a „kávéfőzős időszakot” már az egyetemi évek alatt letudni, így elősegítve azt, hogy pályakezdőként kikerülve a munkaerőpiacra, értékesebb munkavállalók legyenek. Ez tehát nagyon tudatos tevékenység, ami egyben előválasztásként is szolgál, ugyanis ha nem tetszik az adott pozíció, szakma, akkor még lehet váltani. Az anyagi motivációban a függetlenedés játszik döntő szerepet (Bokor, 2007).

A karriercélú munkavállalás a karriertudatosság erősödésének és egyben Y generációs sajátosságnak tekinthető. Többször úgy tűnt azonban, hogy ez nem egy belső vágy számukra, hanem külső kényszernek, versenyben maradási feltételnek élik meg a hallgatók. Ez viszont megkérdőjelezi a karriertudatosságot és inkább a sodródás felé terel minket. Hozzátezzük, hogy különösen a Corvinus Egyetemen erős ez a versenyhangulat. Vannak olyan hallgatók, akik számára „a munkavállalás teljesen pozitív döntés, mindennek következtében csak kiegészítő tevékenységnek tekintik az egyetemet” (Bokor, 2007: 9).

A legkonkrétabb karriercél a vezetővé válás kapcsán hangzott el, ami kapcsán megemlíthetjük, hogy magas, de egyben irreális igényeket támasztottak a megkérdezettek magukkal szemben. Öt év múlva már senki sem szeretné magát beosztottként látni, továbbá két-három vezetői szintet szeretne rögtön a pályakezdés után ugrani. A vezetővé válásban megjelenik számukra a felelősségvállalásban megnyilvánuló teher is, de ezt ellensúlyozza az elismerés és a nagyobb szakmai tudás, tapasztalat. Tehát a vezetővé válás mögött sem belső késztetés áll, hanem inkább a pozícióval együtt járó elismertség, egzisztencia (Bokor, 2007).

„Nagyon keveseknek van tudatos karriercélja. Rövidtávon, az első munkakörre esetleg rendelkeznek konkrétabb elképzeléssel, hosszabb távra előretekintve azonban inkább egzisztenciális elvárásaik vannak, amikhez igazítják a munkát. A karrier célját az elismerés és a kompenzáció jelentik, kevésbé a munkakör jellemzői.” (Bokor, 2007: 10).

„A munkahelyi sikeresség erősen kapcsolódik a családi biztonság és az egzisztencia megteremtéséhez, valamint a függetlenséghez. A siker kapcsán többször felmerül az érdekes, kreatív munka, ahol lehetőség van belevinni saját ötleteket. További sikerkritérium az elismertség, ami leginkább szakmai tudáson, tapasztalaton alapszik. Gyakran bukkan fel a családi siker és munka siker összekapcsolása, azaz az egyik ne menjen a másik rovására. Család nélkül nincs sikeresség, a sikeresség célja is a családi élet sikerességének biztosítása.” (Bokor, 2007: 10-11).

A fiatalok tudatos életstratégia elképzelése szerint a korai évek az áldozat időszakát jelentik majd, amit meghoznak a hosszabb távú egzisztenciateremtési cél érdekében. Hosszabb távon nem hajlandóak azonban beáldozni a magánéletet, ezért pár év után leállnak ezzel az életmóddal. Kérdéses, hogy ez sikerül-e, ugyanis tervezni könnyebb, mint meg is tenni, ugyanis ennek az életmódnak könnyen lehet egy „végtelenített futószalag a vége” (Bokor, 2007: 13-14).

Bokor (2007) vizsgálta tanulmányában a generációs különbségeket is, továbbá választ keresett arra, hogyan jellemzik saját magukat az Y generációsok, vagyis milyen generációs önképpel rendelkeznek. A 3. *Mellékletben* szereplő tulajdonságokat választották az egyes korosztályok jellemzésére (saját, előző generáció) a kutatásban résztvevő alanyok a legnagyobb (lista teteje), illetve a legkisebb gyakorisággal (lista alja). Előbbi tehát a generációs önképe, utóbbi pedig arra utal, „Kik nem vagyunk mi?”. A táblázat bal oldalán szereplő tulajdonságok a saját korosztályt, míg a jobb oldalán szereplők a 30-40-eseket, az X generációt jellemzik (Bokor, 2007: 16).

Az eredmények alapján Bokor (2007) megállapítja, hogy eltérő tulajdonságokkal illetik önmagukat, illetve az X generációt. Saját generációjukat elszánt, kemény, anyagi, tudatos, független, versengő személyként mutatják be, aki egyben vállalkozó kedvű, tág érdeklődési körrel rendelkező, nyitott, de egyben bizalmatlan is. Ez egy karrierista, a szakirodalomban yuppieként emlegetett személy képe. Úgy gondolják, ők nem etikusak, nem érzékenyek, nem kiegyensúlyozottak, nem követik a hagyományos értékeket és nem tartják magukat családoorientáltak. Többnyire pozitív tulajdonságokat nem tulajdonítanak maguknak, illetve a „közösség és kapcsolatok felé forduló ember képét érzik távolinak.” (Bokor, 2007: 17). Egyfajta cinizmus, kettősség felvállalása jellemző rájuk, ugyanis a lista elején álló tulajdonságok között mind pozitív, mind negatív jellemzőket is találunk. Az X generációt lelassult, családoorientált, óvatos emberként jellemzik.

Mindemellett az is elmondható, hogy „öndefiníciójuk inkább külső körülmények befolyásoló hatásából származik, kevésbé beszélnek belső, személyes dolgokról.” (Bokor, 2007: 17). Megemlíti például a felsőoktatás változását, és a „tömegoktatás” megjelenését, ami nagyban befolyásolja munkaerő-piaci lehetőségeiket. Mivel több hallgatót oktatnak alacsonyabb színvonalon – a korábbi kevesebb hallgató, magasabb színvonallal szemben, ezért kisebbek az esélyeik (Bokor, 2007).

Bokor (2007) alapján elmondható, hogy fontos jellemzője ennek a generációnak, hogy nyitott, és ez a külföldi tanulásban, munkavállalásban is megnyilvánul, nem csak az utazásban. Ehhez nagyfokú rugalmasság is szükségeltetik, amiről úgy gondolják – a tudatossággal párban, hogy jellemzi saját generációjukat. A tudatosság több téma kapcsán felmerül: (1) pályaválasztás, munkahelyválasztás során, (2) munkaerő-piaci érték növelésében, vagyis olyan tapasztalatok gyűjtésében, ami értékesebbé teszi őket, (3) munka és magánélet közti egyensúly megtartásában, (4) önállóság, függetlenség terén. annak, hogy tudatosnak jellemzik magukat és fontosnak tartják ezt a jellemzőt, némileg ellentmondanak a sodródásokról szóló történetek.

Ebből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy csak „a tudatosság szükségessége, szándéka érződik, de nem minden esetben megalapozott, hogy magukat tudatosnak jellemzik.” (Bokor, 2007: 18).

„Összefoglalóan elmondhatjuk, hogy egy racionális, külső környezetből érkező nyomásra reagáló korosztály képe ez.” (Bokor, 2007: 18-19). Mindemellett Bokor (2007: 19-20) úgy véli, hogy ez a generáció értékrendszere, céljai és sikerkritériumai tekintetében nem különbözik az előző, X generációtól:

- fő karriercéljuk hasonlóképpen az egzisztenciateremtés, értékrendszerükben nagy szerepet játszik az anyagiasság, versengés, individualizmus,
- meghatározó a kívülről irányítottság, a sikeresség kritériumai is egzisztenciális jellegűek,
- karrierértelmezésük klasszikus, vezető pozíciót szeretnének betölteni, még hozzá nagyon hamar, tehát egyfajta türelmetlenség, alázat hiánya is megvan esetükben,
- a közösség a saját családot jelenti,
- a karriertervezés olyan módja jellemző, amiben az első évek az áldozat évei a későbbi, hosszabb távú cél érdekében, ami a munka és magánélet egyensúlyának, sőt a magánélet túlsúlyának biztosítása,

A hasonlóságok mellett a különbségeket a munkaerőpiacon, illetve az oktatási rendszerben bekövetkezett változásoknak tulajdoníthatjuk. Saját helyzetüket rosszabbnak érzékelik ezen a téren, mint az előző generációét, kevesebb munkalehetőséggel, erősebb versenyhelyezettel találkoznak. Megkülönböztető jegyeiket is ebből vezetik le, melyek közül a legfőbb a következő (Bokor, 2007: 20):

- magasabb követelmények, aminek következtében már gyermekkoruk óta versenyhelyzetben érzik magukat, ez pedig tudatos karrierépítést követel meg. Véleményük szerint úgy kell kilépni a munkaerőpiacra, hogy két nyelvet beszélj, legyen gyakorlati tapasztalatod, és mindemellett esetleg külföldi tapasztalattal is rendelkez.

„Erős veszély a magyarországi Y generáció számára, hogy erősen befolyásolhatóak, kívülről meg lehet mondani nekik, mi legyen a vágyuk (siker), még az is kívülről érkezik, hogy legyenek tudatosak, tudatos karriertervekkel rendelkezzenek. Jól tetten érhető tehát a kívülről származó belső motiváció.” (Bokor, 2007: 20).

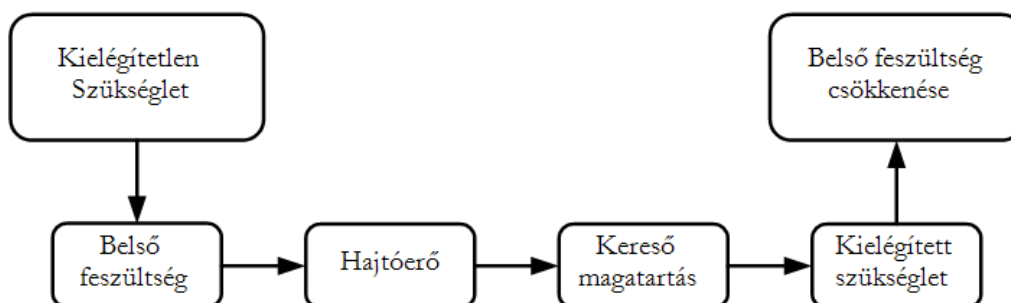
A generációk, ezen belül is az Y generáció bemutatása után a következőkben a motivációval foglalkozunk.

2. Motivációelméletek

Kutatási kérdésünk elméleti megalapozásának másik pillérét jelentik a motivációelméletek. A különféle generációk bemutatása után így ebben a fejezetben az általunk felhasznált motivációelméleteket szeretnénk részletesebben megvizsgálni. Ezt elengedhetetlennek tartjuk kutatási kérdésünk megválaszolásához, ugyanis az általunk vizsgált generáció diákszervezetekhez való csatlakozásának motivációs tényezőit ezen elméletek felhasználásával szeretnénk beazonosítani, csoportosítani, elemezni.

Bakacsi (2004:81) szerint a motiváció nem más, mint hajlandóság arra, hogy erőfeszítéseket tegyünk a szervezeti célok megvalósulásának érdekében, melyek egyben szükségleteink kielégítését is szolgálják. Ez az erőfeszítés egyaránt lehet fizikai és szellemi jellegű, a kielégítendő szükséglet pedig egy olyan belső állapotot takar, amely képes az egyén számára különféle dolgokat vonzóvá tenni. Ez utóbbi tényező jelenti az egyén motivációs folyamatának kiindulópontját is, ahogyan az *1. Ábra* mutatja. A kielégítetlen szükségletnek köszönhetően belső feszültség keletkezik, mely által kialakult hajtóerő (drive, ezzel szemben megkülönböztetünk incentiveket is, vagyis a környezetből érkező külső ingereket, melyek ugyanúgy szükséglet-érzetet keltenek fel az egyénben – Juhász-Takács, 2006) olyan (kereső) magatartást indít el az egyénben, ami segít kielégíteni a folyamatot elindító, hiányzó szükségletet, továbbá csökkenti az ezzel együtt járó belső feszültséget is.

1. Ábra. A motiváció folyamata.

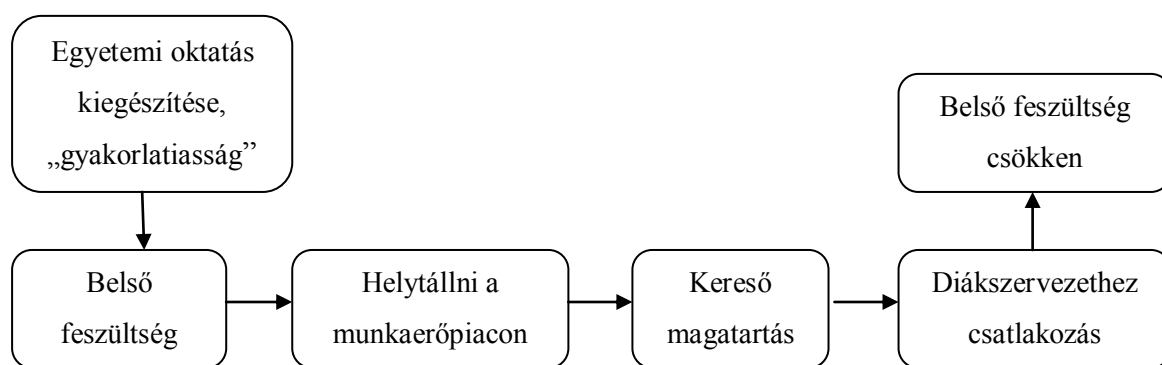


Forrás: Bakacsi (2004: 82).

A mi kérdésünkre vonatkoztatva az elméletet azt feltételezzük, hogy erőfeszítés a diákszervezetekhez való csatlakozás, amely hozzásegíti a vizsgált generáció egyéneit

szükségletük megvalósulásához, nevezetesen, hogy kilépve a munkaerőpiacra, nagyobb eséllyel induljanak a munkahelyekért folytatott versenyben. Dolgozatunk témájának szempontjából tehát – a kutatási kérdésben megfogalmazottak alapján – azon hajtóerőkre vagyunk kíváncsiak, amelyek elindítják a hallgatókban azt a kereső magatartást, aminek eredményeképpen szükségletük kielégítéseként a diákszervezetekhez való csatlakozást fogják választani. Mindezt a korábbi ábrához hasonlóan szemléltetjük külön, a diákszervezetek vonatkozásában (2. Ábra).

2. Ábra. A motiváció folyamata a diákszervezetekhez való csatlakozás esetén (szerzők feltevése alapján).



Forrás: saját ábra (2012) Bakacsi (2004) alapján.

Ezeknek a hajtóerőknek a feltárásához, illetve feltevésünk igazolásához, avagy megcáfolásához további elméleti háttérre van szükségünk, melyben a motiváció tartalom- és folyamatelméletei közül mi előbbiekre támaszkodtunk. Ezeket részletesebben a következő pontban fogjuk kifejteni.

Ezeket a cselekvésre készítő belső tényezőket, szükségleteket motívumoknak is szokás nevezni, tehát úgy is megfogalmazhatjuk, hogy a motiváció egészen addig marad fenn, amíg ezek a motívumok kielégítésre nem kerülnek. (Juhász-Takács, 2006:50) Fontos megjegyezni, hogy egy adott szituációban egyszerre több motívum is alakítja, befolyásolja a viselkedésünket, melyek kvázi „harcban” állnak egymással, és amelyik felülkerekedik a másikon, az kerül kielégítésre, míg az alulmaradt később jelenik csak meg. Nem lehet egyértelmű „szabályt” megfogalmazni arra vonatkozóan, hogy mikor melyik motívum győzedelmeskedik, ez mindig függ az adott szituációtól, környezeti feltételektől, illetve a szükségletek intenzitásától. Az sem törvényszerű továbbá, hogy a motívum kielégítése az egyén számára feltétlenül pozitív érzélemmel járjon, lehet, hogy annak eredménye hosszabb távon lesz csak kifizetődő (például a vizsgaidőszakban a vizsgázás többnyire nem pozitívumként jelenik meg a hallgatók számára, viszont elengedhetetlen a diploma

megszerzéséhez, mely nagyobb örömet okoz, illetve egy magasabb rendű szükségletet elégít ki) (Juhász-Takács, 2006).

A motívumokat két nagy csoportba sorolhatjuk, az egyik az alapvető, biológiai motívumok, a másik pedig a magasabb rendű, humánspecifikus motívumok (hasonló csoportosítással később Maslow-nál is találkozhatunk). Az alapvető motívumok akkor alakulnak ki, amikor az emberi szervezetben az egyensúly felborul, és hiányállapot keletkezik; tehát minden esetben biológiai alapokon működnek. Tovább bonthatjuk őket ön- és fajfenntartó, valamint kíváncsiság motívumokra (utóbbi az idegrendszer aktivitási szintjének fenntartását hívatott elősegíteni) (Juhász-Takács, 2006).

Kutatási kérdésünk szempontjából azonban jelenleg ezek a motívumok kevésbé fontosak, a mi vizsgálódásaink középpontjában sokkal inkább a humánspecifikus motívumok állnak, melyek nem helyezhetőek biológiai alapokra. A humánspecifikus motívumokon belül megkülönböztetjük az intrinzik (belső) és az extrinzik (külső) motivációt. Az első esetében az egyén azért végez valamely cselekvést, mert érdekli őt, kedvét leli benne, míg utóbbinál valamely külső befolyás alakítja a magatartásunkat. Természetesen ezeket nem lehet teljes mértékben szétválasztani egymástól, könnyen belátható, hogy akár egyszerre is előfordulhat a két motiváció egy adott szituációban; valamely tevékenységet végezhet azért az egyén, mert örömet leli benne, illetve azért is, mivel ezáltal más személyek (pl. barátai, vezetője, családja) elismerését is kívívja (Juhász-Takács, 2006).

2.1. A motiváció tartalomelméletei

A motivációelméleteket szokás tehát aszerint megkülönböztetni, hogy a tartalom- vagy a folyamatelméletek csoportjába tartoznak-e. Vizsgálódásaink során – ahogyan már korábban említésre került – mi a motiváció tartalomelméleteit alkalmazzuk, hiszen kérdésünk bizonyításához tudnunk kell azonosítani, mire van szükségük a diákszervezetek tagjainak. A tartalomelméletek pedig pont ezt segítik elő, mivel összefoglalják azokat az egyénre jellemző mozgatórugókat, amelyek cselekvésre ösztönzik őket (esetünkben a diákszervezetekhez való csatlakozásra), illetve megválaszolják a mi motivál kérdést. A folyamatelméletek ezzel szemben elsősorban a munkaadók számára nyújtanak segítséget abban, hogy a munkavállalók szükségleteiről megszerzett ismereteket hogyan használják fel a munkára vonatkoztatott motiváció során (Bakacsi, 2004). Mindezek alapján könnyen belátható, hogy

ebben az esetben mi a folyamatelméleteket nem tudjuk felhasználni a kutatási kérdésünk elemzéséhez.

A tartalomelméletek közül a következőkben Maslow szükséglet-hierarchiára alapozott, kibővített megközelítését tárgyaljuk. Azért erre az elméletre esett a választásunk, mert úgy gondoljuk, hogy Maslow szükséglet-hierarchia piramisa minden motivációelmélet alapja, továbbá, mert átfogó módon tartalmazza – főleg a kibővített változat – azokat a motivációkat, amiket egy diákszervezethez való csatlakozásban felfedezni vélünk.

2.1.1. A maslow-i szükséglet-hierarchia modell

Ha motivációelméletekről van szó, Abraham Maslow neve és a róla elhíresült piramis biztos, hogy azonnal eszünkbe jut. A fejezetrészben Maslow szükséglet-hierarchia modelljét ismertetjük Bakacsi (2004) alapján. Elmélete szerint az emberek saját szükségletrendszerrel rendelkeznek, és motivációik ezekre a szükségletekre vezethetőek vissza, melyek ezt követően bizonyos hierarchikus sorrendbe állíthatóak.

Általában öt hierarchia szintet szoktak említeni az elméletben, azonban a későbbiek során ez még két szinttel egészült ki, így mi ezt a kibővített változatot vesszük alapul, mely egyébként a kutatási témánk szempontjából is sokkal indokoltabbnak tűnik (legfőképpen a kognitív szükségletek bevezetése miatt, hiszen egy diákszervezethez való csatlakozás során joggal gondolhatjuk, hogy a tudás iránti vágy lényeges szerepet játszhat a hallgatók számára). Maga az elmélet azon a megállapításon alapul, hogy a hierarchiában addig nem léphetünk át egy másik, magasabb szintre, amíg az alacsonyabb szükségleteket jelentő szint nem került kielégítésre, illetve a már kielégítettek többé nem jelentenek motiváló erőt az egyén számára.

Az első szintet a fiziológiai (élettani) szükségletek – mint az éhség, álomosság, szexuális igények - képviselik, melyek az ösztönökhöz hasonlíthatóak leginkább, és Maslow szerint ezek elengedhetetlenek ahhoz, hogy például az elismerés motiváló erőként hasson az egyén számára.

A következő szint a biztonsági szükségleteket – egészség, mindennapi élet kiszámíthatósága, megbízhatósága, stb. – foglalja magában, ami leginkább arra vonatkozik, hogy szükségleteink kielégítése hosszú távra vonatkozzon.

Egyel magasabb szinten található a szeretet szükséglete, tulajdonképpen ezt a másokhoz való tartozás igényeként is említhetjük. Ezek közé sorolhatjuk a társas kapcsolatokat, a gyengédséget, intimitást.

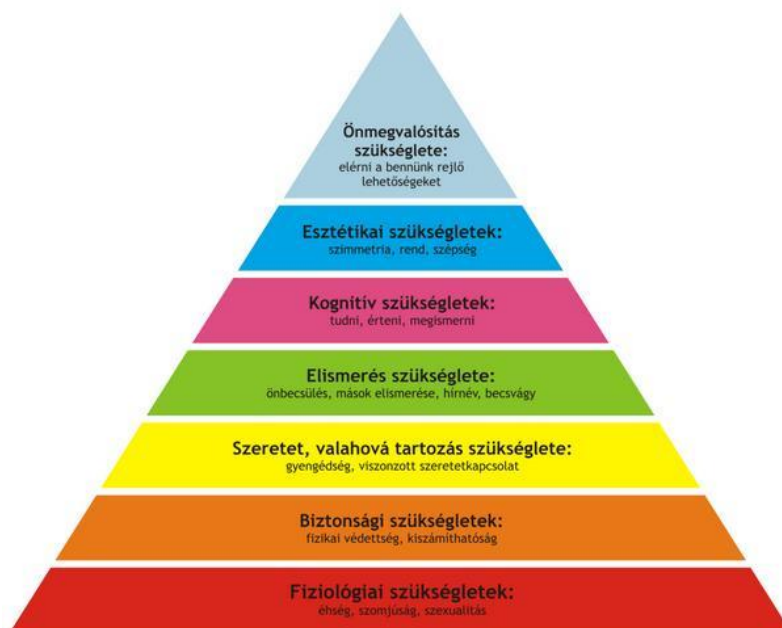
A negyedik az elismerés, megbecsülés szükséglete, mely az emberi jellem szintén nagyon fontos igényét tükrözi, mely nem más, mint az egyén teljesítmény, egyéni eredmények alapján történő elismerése, amely egyben hozzájárul önmagunk elfogadásához, önbizalmunk növeléséhez is. Ez tovább bontható külső és belső tényezőkre; külső tényezőkként tekintjük a hírnévre, társadalmi státuszra való törekvést, belső tényezőkként pedig az egyén azon erőfeszítéseit említhetjük meg, hogy mások elismerését kivívja önmaga számára.

A kibővített modell szerint az ötödik lépcsőn a kognitív szükségletek, másképpen a tudás, megértés, megismerés iránti vágy állnak, míg a hatodik szint az esztétikai szükségleteket foglalja magában, olyanokat, mint a szépség, a rendezettség, harmónia iránti vágy.

A legmagasabb motivációs szint, azaz a piramis csúcsa pedig nem más, mint az önmegvalósítás. Könnyen belátható, hogy ez a szint mindenkinél eltérő módon elégíthető ki, hiszen nem rendelkezünk egyforma képességekkel. Az önmegvalósítás lényege pedig abban rejlik, hogy minden ember a képességeihez mértén tudjon kiteljesedni. Fontos megjegyezni, hogy ez a szint valójában nem elégíthető ki sosem, ugyanis az egyén újabb és újabb önmegvalósítási célokat tűz ki maga elé, ha a korábbi már sikerült elérnie. A többi szinthez képest ráadásul egy lényeges különbség is felfedezhető, mégpedig az, hogy az önmegvalósításhoz kapcsolódó tevékenységek azok, amelyek tulajdonképpen igazi örömet okoznak az egyén számára (Juhász-Takács, 2006). Az önmegvalósításnak ezt a tünékeny pillanatát másképpen csúcsmélynének is szokás mondani, melyet az abszolút boldogság és kielégültség jellemez (Bakacsi, 2011).

A hét szintet összefoglalóan az alábbi ábrában szerepeltetjük (3. Ábra).

3. Ábra. Maslow kibővített szükséglet-hierarchia modellje.



Forrás: Peda.blog.hu (2010).

A fenn tárgyalt szinteket különféleképpen lehet csoportosítani. Jellemző az alacsonyabb (fiziológiai, biztonsági) és magasabb rendű (szeretet, megbecsülés, önmegvalósítás) szükségletek megkülönböztetése. Előbbi lényege, hogy külső motivációk hajtják, és kielégítésükre nagyobb kényszert érez az egyén, hiszen alapvető emberi szükségletekről van szó, míg utóbbi esetében nehezen megfogható, némiképpen pszichológiai töltetű, belső motivációk által vezérelt szükségleteket foglal magába (Bakacsi, 2004: 85).

Egy másik lehetséges, némiképp az előzőekhez hasonló csoportosítási mód pedig a hiány- és növekedési motívumok szerinti kategorizálás (Juhász-Takács, 2006). E két kategória közötti különbség kulcsa a kielégülést követő további viselkedés. Ugyanis az eltérés lényege, hogy a hiánymotívumok kielégítése után, azok többé nem fogják motiválni az egyént, míg a növekedési motívumoknál nem tudunk megjelölni egy konkrét végcél – hasonlóan, ahogyan már az önmegvalósítás szintjénél is utaltunk erre –, gyakorlatilag nem szűnik meg a motiváció, hanem további fejlődésre készíti az egyént. Mindezek alapján Maslow kibővített modelljének alsó három szintje – a fiziológiai, biztonsági és szeretet – sorolható a hiánymotívumok közé, míg a további négy – megbecsülés, kognitív, esztétikai szükségletek és önmegvalósítás – a növekedési motívumok elemeit képezik.

Maslow fent bemutatott elméleti megközelítése természetesen számos ponton megkérdőjelezhető, melyeket néhány későbbi tartalomelmélet megpróbált finomítani. De Maslow modellje ezek ellenére sem veszíti el jelentőségét, hiszen olyan alapokat fektetett le a

motivációelméletben, amelyekre a többi megközelítés nagymértékben tudott támaszkodni. Ettől függetlenül természetesen nem árt a szükséglet piramis kritikáira odafigyelni, melyek a következők (Bakacsi, 2004: 85): (1) nem feltétlenül egyértelmű a szükségletek maslow-i csoportokba történő besorolása, (2) nehézkes a munkavállalók számára az egyes szükségleteik közötti eltérések meghatározása, számukra a markáns különbséget az alacsonyabb és magasabb szükségletek közötti különbség jelenti, (3) nem bizonyítható teljességgel, hogy a még kielégítetlen szükségleteink motiválnak, valamint a kielégített után automatikusan egy magasabb szintre lépünk, végül (4) a magasabb rendű szükségletek – ahogyan korábban az önmegvalósítási szintnél is megjegyeztük – mindenkinél mást jelentenek, így mérésük csak nagyon nehezen kivitelezhető.

2.2. A csoporthoz tartozás motivációjának elmélete

A csoportok magatartási szempontból olyan képződmények, melyek két vagy több, egymással kölcsönös függésben lévő személyből állnak, akik egy bizonyos cél érdekében működnek együtt. Ennek megfelelően a csoportokat a kölcsönös egymásrautaltság jellemzi; a csoporthoz tartozás olyan céljához, szükségletéhez viszi közelebb az egyént, melyet egyedül nem tud elérni (Bakacsi, 2004: 126).

Ennélfogva természetesen maga a diákszervezeti forma is egy nagy csoportnak tekinthető, illetve általában további csoportokra bontható – az AIESEC-nél ez teljesen egyértelmű például, hiszen különféle teamekből, projektekből, task force-okból, közép- és felsővezetői csoportokból épül fel. Így szükségesnek láttuk megvizsgálni kutatási kérdésünk szempontjából a csoportokhoz kötődő azon elméleti háttérrel, hogy miért is jelent előnyt az egyénnek a csoporthoz való csatlakozás. Ez a következő motivációkban jelenik meg (Bakacsi, 2004: 128):

- Biztonság – az egyén a csoport tagjaként magabiztosabbnak, kevésbé elveszettnek érzi magát, csökken az egyedüllétből fakadó bizonytalanság.
- Státusz – a csoportban maga az egyéni és természetesen a közös csoportteljesítmény is belső, illetve külső elismerést, ezáltal státuszt egyaránt jelenthet az egyének számára.
- Affiliáció – a valahová tartozás élményét egy csoport egyértelműen biztosítja, mely Maslow alapján tudjuk, hogy egy nagyon fontos, alapvető emberi szükséglet.
- Támogatás, elfogadottság – egymás kölcsönös segítése a csoporton belül szintén a definíció szerinti „egyedül nem megy” tényét erősíti.

- Hiedelmek megerősítése – ez azért lényeges elem, mert a csoportot az alapján választjuk ki, hogy mennyire találjuk meg benne, mennyire hasonlóak az adott közösségben azok az értékek, hiedelmek, melyeket mi magunk is vallunk; ez pedig egyben megerősít minket ezeknek az értékeknek az elfogadottságáról is.
- Hatalom – a csoport egyrészt védelmet jelent a külső elvárásokkal szemben, másrészt csak egy csoportban van lehetőségünk vezető szerepet betölteni, másokat irányítani, teljesítményüket (és sajátunkat is egyben) kontrollálni.
- Célok megvalósítása – a személyes és szervezeti célok közötti célkongruencia egy szervezet, illetve egy csoport esetében is döntő fontosságú, ebből következik, hogy az egyén bizonyos céljait csak egy csoport által érheti el.

3. Primer kutatásunk

A fejezet keretében bemutatjuk a témával kapcsolatos kutatásunk, annak célját, módszerét, alanyait és a kutatási eredményeket.

3.1. A kutatás célja, kutatási kérdés

Kutatásunk célja, hogy választ találjunk az alábbi fő kérdésre: a Budapesti Corvinus Egyetemre járó Y generációs aktív hallgatók diákszervezethez való csatlakozásának motivációs faktorai visszavezethetők-e egy fő, hosszabb távú motivációra, mégpedig arra, hogy kiegészítve az egyetemi oktatást, nagyobb eséllyel induljanak a munkaerőpiacra való belépéskor.

Kutatási kérdésünket tovább bonthatjuk, így ennek keretében olyan témákra irányítjuk figyelmünket, mint az Y generáció és az ehhez kapcsolódó generációs jellemzők, egyetemi oktatással való elégedettség és az ebből fakadó diákszervezeti tagság, mint oktatást kiegészítő tevékenység, illetve a mindezekkel szoros összefüggésben álló rövid és hosszú távú csatlakozási motivációk.

A téma főszereplőinek, vagyis az egyetemre járó fiatal korosztály tagjainak ideje nagy részét az egyetemi oktatás teszi ki „normális” esetben. Ám az általunk megkérdezett 20-23 éves korosztály úgy gondolja, hogy az egyetemi oktatást, mint általuk végzett fő tevékenységet, ki kell egészíteniük, legyen szó akár a diákszervezetit tagságról, sportról, versenyekről, egyetem melletti munkáról, stb. Kutatásunk részét képezi annak vizsgálata is, hogy vajon ezek az

egyetemisták megfelelnek-e az Y generációs jellemzőknek, használható-e esetükben a nemzetközi szakirodalomban használt Y generáció kifejezés.

Feltevésünk, hogy a jelenlegi Y generáció képviselői manapság már többre, másra vágnak, mint amit az egyetemi oktatás jelenleg nyújtani tud számukra. E téren végzett vizsgálatunkat – kapacitásbeli okokból – a Budapesti Corvinus Egyetem aktív hallgatóinak körére szűkítettük. Ezen felül úgy véljük, hogy azt az igényt, ami felmerül a közgázós diákokban, a diákszervezetek ki tudják elégíteni. Vizsgálatunk fókuszát pedig ezeken belül az AIESEC nemzetközi diákszervezet képezi. Ennek oka az, hogy véleményünk szerint az AIESEC képes az Y generációsok felmerült igényeinek széles körben való kielégítésére. Az AIESEC a világ legnagyobb nemzetközi, fiatalok által vezetett non-profit szervezete. A szervezet alapvető célja, hogy tagjait személyesen és szakmailag is fejlessze, mindezt dinamikus, nemzetközi környezetben, professzionális módon tegye. Ez megnyilvánul mind a vállalatokkal való kapcsolattartásban, mind a munkaszervezésben (pl. projektek, teamek, szervezeti hierarchia), illetve a külföldi kapcsolati háló kiépítésében és fenntartásában (AIESEC BCE, 2010).

Kutatásunk keretében tehát az AIESEC-hez való csatlakozás mélyebb okait, motivációit vizsgáljuk, ám ennek a csatlakozási motivációnak több aspektusa lehet, legyen az akár személyes fejlődés, közösséghez való tartozás, csapatban, projektben dolgozás, leadership és menedzsment képességek fejlesztése, nemzetközi környezet.

Jelen van több, ezen motivációs faktorokat befolyásoló tényező, melyek közül azt vizsgáljuk meg a későbbiekben, ki hányadik évében csatlakozik a szervezethez.

Feltesszük, hogy a diákokat korai éveikben leginkább a közösséghez tartozás, míg későbbi éveikben – közeledve a végzés évéhez és a munkavállaláshoz – a menedzsment képességek kamatoztatása motiválja a csatlakozásban.

Mindezek mellett választ keresünk arra a kérdésre, hogy azok a motivációs faktorok, amik felmerülnek a kutatás alanyaiban, mint az AIESEC-hez való csatlakozás motivációi, külső vagy belső driverek-e, azaz ők, személyesen, belső indíttatásból szeretnének csatlakozni a szervezethez, vagy külső tényező befolyásolja őket ebben (pl. munkaadók elvárásai, egyetemi szaktársak, család, barátok, stb.)

3.2. Kutatásunk háttere

Kutatásunk háttere a kutatási módszertan és a kutatásban résztvevő alanyok ismertetését tartalmazza.

3.2.1. A kutatás módszere

A kutatás problémafeltáró, tudatalattit célzó, mélyebb motivációkat, mozgatórugókat megértő jellege a feltáró módszerek felé vezet minket. Vizsgálódásunk során ezért kvalitatív kutatást végeztünk, mely keretében tizenegy mélyinterjút készítettünk (a mélyinterjú vezérfonalát lásd az 5. *Mellékletben*), továbbá négy vállalati képviselőt kérdeztünk meg a témában, szintén interjú formájában (6. *Melléklet*) (Bauer et al., 2007).

Utóbbiak kiválasztása önkényes módszerrel, illetve vállalati ismerősök útján történt. Nyitott kérdéseket alkalmaztunk, hogy minél több mindenre derüljön fény. A kvalitatív módszer, illetve a mélyinterjú mellett szóló érveket alább soroljuk fel, a diákszervezeti tagokkal végzett kutatási módszertan ismertetésénél. A mintaelemszám megállapítása önkényes volt, illetve egyetlen szűrőkritériumunk volt: egynél több vállalati képviselőt szerettünk volna megkérdezni. A többit lehetőségeinkhez mérten igyekeztünk kivitelezni. Végül így alakult ki a négyfős minta (Bauer et al., 2007).

Azért döntöttünk a kvalitatív kutatás, azon belül is a mélyinterjú mellett, mert ezt a módszert tartottuk a legalkalmasabbnak az alanyok érzéseinek, motivációinak mélyebb megértéséhez, a mozgatórugók feltárásához. Ezt elősegítendő, félig strukturált interjúvázlatot készítettünk, lehetőséget adva a moderátornak a kontextushoz, az interjúalanyokhoz való alkalmazkodásra, illetve nyitott kérdések feltevésével az okok megértésére.

A kvalitatív kutatás úgy gondoltuk, több hozzáadott értéket jelent témánk szempontjából, mint egy kvantitatív kutatás (pl. kérdőívezés), hiszen főként a folyamatok mélyebb mozgatórugóit kerestük, amire az általunk alkalmazott módszertan bizonyult megfelelőnek. Nem formalizált, standard és összehasonlítható (szám) adatokra, rangsorokra volt szükségünk, hanem az alanyok gondolatainak, cselekedeteinek mélyelemzésére. Azt a minimális mennyiségű sorba rendezést, amire szükségünk volt az összehasonlíthatóság kedvéért, beépítettük a mélyinterjúba. További indokunk, amiért a mélyinterjút választottuk szemben a kvantitatív kutatással az, hogy vizsgálódásunkat a Corvinus egyetem AIESEC-esei között terveztük lefolytatni, ahol nincs meg az a számú szervezeti tag, ami egy kvantitatív kutatás minimálisan szükséges elemszáma lenne (Malhotra, 2001).

Úgy gondoltuk, hogy esetünkben a mélyinterjú megfelelőbb módszernek bizonyul, mint például a fókuszcsoporthoz tartozó interjú. Utóbbi esetében felmerült az esélye a csoportlógás, csoportnyomás (konformitás), csoportszellem jelenségének (Bakacsi, 2004: 147-148), aminek

következtében nem tudtuk volna feltárni minden alany motivációját, véleményét. Továbbá narratív jellegű volt a kutatás, vagyis egyéni karrierutakat, véleményeket tártunk fel, amiket nagyon fontos teljes kontextusban megérteni, ahol nem zavarja az alanyokat más alany hozzászólása, így ebből kifolyólag is a mélyinterjú szükségességét láttuk, szemben a fókuszcsoportos interjúval. Emellett nem szükséges a csoport ösztönző ereje, nem kell együtt gondolkodni, a megértés szükséges. Az esetleges megakadásokon a moderátor is tovább tudja lendíteni ez esetben az alanyt további kérdésekkel, példákkal.

A tizenegy fős minta összeállításában, azaz a kutatás résztvevőinek összegyűjtésében Malhotra (2001) által ismertetett nem véletlen mintavételi technikák voltak segítségünkre: a kvótás mintavétel és a hólabda módszer kombinációját alkalmaztuk. Döntésünket erőforrás alapon tudjuk indokolni, ugyanis véletlenszerű mintavétel elvégzéséhez nem rendelkezünk sem elég időbeli, emberi, sem elegendő anyagi erőforrással.

Az első szakaszban meghatároztuk, hogy mi legyen a minta összetétele, kvótákat állapítottunk meg. A kvóta az alanyok diákszervezethez való csatlakozásának évén (hányad éves volt akkor az egyetemen), illetve a diákszervezeten belül eltöltött időn alapult (régebben vagy frissen csatlakozott). Eszerint kitűztük, hogy a megkérdezettek között legyen

- három frissen csatlakozott (newie), aki vagy első-, vagy másodéves az egyetemen,
- négy elsőévesen csatlakozott, ám már régebbi tag (oldie),
- három másodévesen csatlakozott oldie,
- egy felsőbb évfolyamban csatlakozott oldie.

A kvóták után készítettünk egy szűrőkérdőívet (4. *Melléklet*), ami arra szolgált, hogy csak azok kerüljenek be a mintánkba, akik megfelelnek a kritériumoknak. A szűrőkérdőívre azért volt szükség, hogy valóban azokat vizsgáljuk, akikre a kutatásunkban fókuszálunk, ne pedig attól eltérő jellemzőkkel rendelkező alanyokat kérdezzünk meg (Malhotra, 2001).

A kvóták megállapítása, és a szűrőkérdőív után a hólabda módszert alkalmaztuk, miszerint önkényesen kiválasztottunk két, a kritériumoknak megfelelő alanyt (a szervezet elnökét, és egyik alelnökét), majd arra kértük őket, hogy ajánljanak számunkra további potenciális résztvevőket, akik egyrészt hajlandóak lennének hozzájárulni válaszaikkal kutatásunkhoz, másrészt jelenleg aktív AIESEC-esek a Budapesti Corvinus Egyetemen. A potenciális alanyoknak feltettük a szűrőkérdőívben foglalt kérdéseket. Akik megfeleltek a szűrőkérdőívben foglaltaknak, illetve a tervezett kvótatervet is tartani tudtuk velük, azokat meghívtuk mélyinterjúra (Malhotra, 2001).

3.2.2. Interjúvázlat

Kutatásunk tartalmaz egy szűrőkérdőívet (4. *Melléklet*), illetve egy mélyinterjú vezérfonalat (5. *Melléklet*), továbbá a munkáltatói oldalnak szóló interjú vezérfonalat (6. *Melléklet*). A szűrőkérdőív célja, hogy csak azok kerüljenek be a mélyinterjús körbe, akik megfelelnek az általunk kitűzött elvárásoknak. A kérdőívben éppen ezért utasításokat adtunk a kérdezőnek, hogy adott válasz esetén folytassa-e a kérdezést vagy pedig fejezze azt be. Kizáró oknak minősült, ha valaki részt vett piackutatásban az elmúlt fél évben, illetve ha ő vagy bármelyik családtagja dolgozik/dolgozott reklám, piackutatás, közvélemény-kutatás területen, ugyanis mindez befolyásolhatja a válaszádat, az alany ez esetben tudatosan torzíthatja válaszát. Szintén kizáró ok volt, ha az alany nem felelt meg az Y generáció életkori besorolásának, illetve ha nem a Budapesti Corvinus Egyetem hallgatója, nem itt AIESEC-ezik az illető. Nem számított kizáró oknak, de utasításnak minősült, hogy a moderátornak figyelnie kellett a kvótát, és aszerint meghívni az alanyt a mélyinterjúra.

A diákszervezetnek szóló mélyinterjúvázlat félig strukturált, főként nyitott, strukturálatlan kérdésekből épül fel, mely teret enged az alany egyéni gondolatmenetének, ám ezek mellett tartalmaz strukturált – zárt, illetve sorrendfelállításon alapuló – kérdéseket is. A sorrendfelállítás lehetővé teszi számunkra, hogy összehasonlítsuk az alanyok adott témával kapcsolatos véleményét, míg a zárt, illetve az irányított kérdések főként a nyitott kérdéseket követik, és az esetleges megakadásokon lendítenek át (Ismeretlen szerző, 2008; Malhotra, 2001).

A diákszervezetes mélyinterjú során harmadik személy-technikát is alkalmaztunk annak feltárására, hogy az alany lát-e, illetve ha igen, milyen különbséget és miért az Y és a többi generáció között? A harmadik személy-technika lehetővé teszi számunkra az összehasonlítást, mialatt az alany nem kell nyíltan beszélnie a témáról – lehetséges, hogy nem is tudja, hiszen úgy vázoljuk fel a témát, mintha egy kitalált harmadik személyről lenne szó. Ezt a témát pedig az utána feltett kérdésekkel tovább lehet árnyalni.

A vállalati oldalnak szóló mélyinterjú négy nyitott kérdésből állt, továbbá az ezeket kiegészítő, zárt kérdésekből. Célunk a rövideg volt ezzel az interjúval.

A vállalati oldalt bevonó interjú az alábbi témákat tartalmazta:

- az Y generációról való vélekedés a cégnél,
- eltérések más generációkhoz képest,

- az Y generáció erősségei, gyengeségei, lehetőségei, veszélyei,
- előnyt jelent-e a diákszervezeti tagság.

Célunk az volt, hogy felmérjük, mennyire kezelik tudatosan az Y generációt a cégek, mennyire ismerik tulajdonságaikat, motivációikat, továbbá hogy felmérjük, mennyire jelent előnyt a munkaerőpiacra való csatlakozáskor a diákszervezeti tagság.

A diákszervezetes mélyinterjú az alábbi témákat tartalmazta:

- demográfiai háttér,
- Y generáció,
- egyetemi oktatás,
- diákszervezethez való csatlakozás motivációi,
- generációkon alapuló harmadik személy-technika.

A demográfiai háttér vizsgálata egyrészt minden kutatás velejárója, másrészt így tudjuk ellenőrizni az előszűrési feltételeinket. Továbbá azért volt fontos számunkra a demográfiai háttér vizsgálata, mert fontos lesz a későbbiekben, akár ahhoz, hogy megállapítsuk, milyen szokról, hányad évesen és ehhez kapcsolódóan milyen motivációkkal csatlakoznak a hallgatók. Emellett pedig fontos volt számunkra a családi háttér vizsgálata abból a célból, hogy megállapítsuk, volt-e javaslat a részükről a csatlakozásra.

Az Y generáció vizsgálatával célunk alapvetően az volt, hogy megállapítsuk, egyáltalán Y generációsok-e az alanyok, magukon viselik-e a generációs jellemzőket, hiszen attól még, hogy valaki életkorilag beletartozik a generációba, nem biztos, hogy magán viseli a jellemzőket. Célunk az is volt, hogy megvizsgáljuk, mennyire mondható el, hogy Magyarországon létezik a klasszikus – amerikai – értelemben vett Y generáció kifejezés, vagy pedig eltérések mutatkoznak.

Az egyetemi oktatás vizsgálatára azért tértünk ki, mert kutatási kérdésünk egyik fő motívuma, hogy a diákok azért csatlakoznak diákszervezetekhez, hogy kiegészítsék az egyetemi oktatást, amivel nem feltétlenül elégedettek. Ezért volt szükség, hogy megkérdezzük, mi a véleményük az oktatás minőségéről, fontos-e számukra a gyakorlatiasság, elegendőnek tartják-e az egyetemi oktatást ahhoz, hogy később boldoguljanak a munkaerőpiacon.

A diákszervezethez való csatlakozás motivációi kutatásunk fő vonalát alkotják, amiben arra keressük a választ, hogy mik a csatlakozás motivációi, ezek pedig mennyire tudatosak, mennyire érzik belső indíttatásnak a csatlakozást, illetve mennyire érzékelnek külső nyomást

ezzel kapcsolatban. A külső nyomás forrását is kerestük, továbbá arra is kíváncsiak voltunk, mire tudják felhasználni rövidebb, illetve hosszabb távon a diákszervezetben megszerzett ismereteket. Mindemellett szerettünk volna fényt deríteni arra, mit gondolnak általában a diákszervezetekről, mennyire találják hasznosnak őket, és ennek mi az oka, illetve milyen előzetes elvárásaik voltak a csatlakozást illetően, mennyire voltak ezek tudatosak.

Utolsó kérdéskörünk egy harmadik-személy technikán alapuló, generációs különbségre épülő összehasonlítás, illetve generációs önkép alkotás. Célunk volt, hogy mélyebben megismerjük az alanyok generációkra jellemző észleléseit.

3.2.3. A kutatás végrehajtása

Mélyinterjúinkat nyugodt, csendes környezetben egy hét leforgása alatt folytattuk le (pl. könyvtári konzultációs szoba), a beszélgetéseket diktafonra vettük, majd utólag kiértékeljük. A kutatás során résztvevő egyéneknek biztosítottuk az anonimitást, ezért elemzésünkben, fiktív néven szerepelnek, melyet demográfiai adatokkal és idézetekkel árnyalunk.

Vállalati képviselőinkkel folytatott interjúink végrehajtását hasonlóképpen jellemezhetjük.

3.2.4. A kutatás alanyai

Mintavételi kérdések több szinten felmerültek bennünk a diákszervezeti oldal kutatásakor: milyen diákszervezeteket vegyünk kutatásunk körébe, hogyan alakuljon a kvóta, mi legyen a csatlakozás óta eltelt idő (tagság éve) és az egyetemen akkor betöltött évfolyam megoszlása. Végül mintánkat a fentebb ismertetett módon állítottuk össze (lásd A kutatás módszere, továbbá 4. *Melléklet*).

A kutatás alanyai a Budapesti Corvinus Egyetem 20-23 év közötti, alap- vagy mesterszakos egyetemista hallgatói. Budapesti, illetve Budapesten lakó (albérlet) fiatal AIESEC-esek. A tizenegy alany nemek szerinti megoszlása nem egyenletes: a megkérdezettek között tíz nő és egyetlen férfi szerepelt, ami nem meglepő annak függvényében, hogy a Helyi Bizottság jelenlegi tagságában a nemek aránya szintén hasonló módon alakul.

Kvótatervünket tudtuk tartani. A tervezett bontásnak megfelelően az alábbiak szerint kérdeztük meg a kiválasztott alanyokat, hozzárendelve fiktív nevüket is:

- három frissen csatlakozott (newie), aki vagy első-, vagy másodéves az egyetemen,
 - Karina, Patti, Jázmin

- négy elsőévesen csatlakozott, ám már régebbi tag (oldie),
 - Tímea, Gréta, Gábor, Dia
- három másodévesen csatlakozott oldie,
 - Csilla, Dalma, Bianka
- egy felsőbb évfolyamban csatlakozott oldie.
 - Enikő

A kutatás alanyainak fiktív nevéhez rendelt demográfiai adatát, szakját, évfolyamát, valamint a csatlakozás idejét a 3. Táblázat mutatja be.

3. Táblázat. A kutatás alanyainak demográfiai adatai.

Név	Kor	Nem	Szak	Mikor csatlakozott?
Tímea	22	Nő	Regionális és környezet gazdaságtan MSc, 1. évf.	2008 ősz
Gréta	21	Nő	Gazdálkodási és menedzsment BA, 3. évf.	2009 ősz
Bianka	23	Nő	Kereskedelem és marketing MSc, 1. évf.	2009 ősz
Gábor	22	Férfi	Kereskedelem és marketing BA, 2. évf.	2011 ősz
Dia	22	Nő	Nemzetközi gazdálkodás BA, 1. évf.	2011 ősz
Enikő	23	Nő	Kereskedelem és marketing BA, 3. évf.	2011 ősz
Csilla	21	Nő	Pénzügy és számvitel BA, 3. évf.	2011 tavasz
Dalma	23	Nő	Nemzetközi gazdálkodás BA, 3. évf.	2011 tavasz
Karina	20	Nő	Gazdálkodási és menedzsment BA, 1. évf.	2012 tavasz
Patti	20	Nő	Kereskedelem és marketing BA, 1. évf.	2012 tavasz
Jázmin	20	Nő	Gazdálkodási és vidékfejlesztési agrármérnöki BA, 1. évf.	2012 tavasz

Forrás: saját ábra (2012).

A kialakult minta nem tekinthető statisztikai értelemben reprezentatívnak, sem az egyének, sem a diákszervezet szintjén, de a kutatás feltáró jellegéhez és gyakorlati szempontú céljaihoz jól igazodik (Bokor, 2007: 3).

A munkáltatói oldal ide vonatkozó részét a Munkaadók megkérdezése fejezet részben szerepeltetjük.

3.3. A kutatási eredmények ismertetése

A kutatási eredmények ismertetésénél az alanyok gondolatait szó szerinti idézetben szerepeltetjük, hogy érzékeltesük, mit gondolnak a témákról, kérdésekről. A szakirodalomban több szerző ilyen módszere figyelhető meg (pl. Bokor, 2007; Szalai 2011). Ezek mögött az idézetek mögött szerepeltetjük a demográfiai adatok közül azokat, amik számunkra a legrelevánsabb jellemzőknek tekinthetők: fiktív név a könnyebb beazonosítás

vége, szak és évfolyam, illetve a csatlakozás ideje. Ezek alapján tudunk majd következtetéseket levonni.

Kutatási eredményeinket a fő kérdéskörök alapján fogjuk bemutatni:

- demográfiai háttér,
- Y generáció,
- egyetemi oktatás,
- diákszervezethez való csatlakozás motivációi,
- generációkon alapuló harmadik személy-technika.

Demográfiai háttér

A demográfiai háttér vizsgálatánál az egyének családjának diákszervezethez való kapcsolódását emelnénk ki.

Nem jellemző az alanyok többségének családjában a diákszervezeti tagság.

„Nővérem jog mellett nem akar semmi mást csinálni, meg nem volt soha ilyen ingerenciája, hogy csatlakozzon valahova. Apukám Oroszországban járt egyetemre, nem hiszem, hogy lett volna ott diákszervezet tagja, nem hiszem, hogy lett volna akkor olyan.” (Csilla, PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz).

„A szüleim nem voltak diákszervezeti tagok, de anyukám már a gimiben mondta, hogy érdemes egyetem mellett valamivel foglalkozni. apukám ugyan nem volt diákszervezeti tag, de ő Portugáliában másfajta szervezeteknek volt a tagja, meg sok mindenben részt vett.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

Ha volt is valaki a családból diákszervezet tagja, az nem az AIESEC volt, hanem például az Öcsi-hez hasonló szervezet.

„Bátyám az IK-nak a tagja – ami olyan, mint az Öcsi – ott volt házelnök, ELTE-s jogászként cinikusan áll hozzá a Közgázhoz azért, mert itt kevesebbet és nem kell napról napra tanulni. Ezért most érek rá, ő javasolta, hogy csatlakozzak valahova – de az AIESEC-ről nem hallott, nem ismerte.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

Ennek ellenére többen hallottak az AIESEC-ről, vagy ha nem is konkrétan az AIESEC-ről, de a diákszervezetekről általában. Van, akinek nem a szülei, hanem idősebb testvére volt vagy diákszervezeti tag, vagy pedig munkájából kifolyólag, a munkáltató szemszögéből látja

értelmét a diákszervezeti tagságnak. Mindennek következtében pedig javasolta is, hogy csatlakozzon valahova.

„Bátyám nagy szerepet játszott abban, hogy csatlakoztam az AIESEC-hez: ő a General Electricnél dolgozik Párizsban HR területen, viszonylag magas beosztásban. Ő mondta, hogy ez egy jó dolog.” (Gábor, KM BA 2. évf., 2011 őszi).

Emellett többen már középiskolás éveik alatt nem csak a családban, de a család ismerősei körében hallottak az AIESEC-ről, ami meghatározó volt számukra a későbbi csatlakozásnál.

„Apukám is javasolta, hogy csináljak valami pluszt. Neki volt egy ismerőse, aki AIESEC-ezett. Ő mondta, hogy mennyire jó kapcsolati hálót ad ez a szervezet, és nekem akkor ütötte meg ez a fületem. Én biztos voltam benne, hogy valahova akarok csatlakozni. Gimnáziumban végig kitűnő voltam, de itt az egyetemen tudtam, hogy nem ezt akarom, hogy fókuszban legyen.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 őszi).

„16 éves voltam, amikor először hallottam az AIESEC-ről, mert akkor nekem volt egy barátom Győrben, aki a győri egyetemre járt, és az ő egyik barátja az AIESEC-ben LCP [Helyi Bizottság elnöke] volt akkor, és ő mesélt róla. De nekem akkor így tőkre tetszett, úgyhogy így gondolkodtam rajta, na hát ha majd bekerülök a Corvinusra, akkor lehet, hogy majd ott is van AIESEC, okés, félretettük... És amikor 18 voltam, akkor apumék cége fogadott egy gyakornokot az AIESEC-től. És ez egy brazil gyakornok volt, mentünk vele télen kabátot vásárolni, meg ilyenek, és nekem nagyon sokat mesélt arról, hogy ez volt az első gyakorlata. Sőt, már akkor megvolt a következő gyakorlata Indiában, és akkor pedig már tudta, hogy India után Egyiptomba szeretne menni. És utána megint azt gondoltam, hogy hát igen, AIESEC, érdekes, érdekes... Én szeretnék menni.” (Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz).

„A barátom is említette (BGF), meg apától hallottam, egy régi ismerőse mondta, hogy érdemes csatlakozni, nagyon jó pont lehet.” (Patti, KM BA, 1. évf., 2012 tavasz).

„Barátnőm ajánlotta, személyes ajánlás nélkül nem csatlakoztam volna.” (Enikő, KM BA 3. évf., 2011 őszi).

Összességében elmondható, hogy voltak, akik már középiskolás korukban hallottak a diákszervezetekről, akár az AIESEC-ről. Nem meghatározó a számuk, de vannak olyan alanyok, akik már középiskola óta tudatosan készültek arra, hogy minél hamarabb csatlakoznak diákszervezethez. Többükben benne volt a barátok, ismerősök, szülők

javaslatára, hogy „szeretnének valahova csatlakozni”, „ad valami pluszt”, „csinálni valamit, mindegy, hogy mit.” Az alanyok többsége azonban nem készült tudatosan a csatlakozásra és nem hallott előzetesen az AIESEC-ről, pillanatnyi szükséglet-felismerés következtében csatlakozott. Sőt, az is sokszor véletlen volt, hogy éppen az AIESEC-hez csatlakozott, mert éppen annak volt előbb az Információs estje, vagy a bevonója, vagy épp jókor találták meg jó helyen, mint például a Bokros Lajos előadását hirdető plakát mellett.

Y generáció

Arra a kérdésünkre, hogy vajon hallottak-e az Y generációról, illetve mit tudnak róla elmondani, annak tartják-e magukat, többen válaszolták azt, hogy hallottak már róla, ám nem tudnák felidézni, hogy mit.

„Igen, mert volt vezetés és szervezés tárgyam, és szervezeti magatartásból is biztos volt. Viszont nem tudnék megemlíteni semmit ezzel kapcsolatban.” (Csilla, PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz).

„Hallottam, de nem tudnék róla bőven értekezni.” (Gábor, KM BA 3. évf., 2011 ősz).

„Hallottam, de nem tudom, hogy pontosan mit jelent a fogalom.” (Karina, GM BA 1. évf., 2012 tavasz).

Sőt Gábor (KM BA 3. évf., 2011 ősz) összekeverte az Y generációt McGregor X és Y elméletével, ami arra is utalhat, hogy nincs tiszta képük a generációról, ezáltal magukról sem tudják, hogy generáció tagjai lennének vagy sem. Ez két okból lehet meghatározó számunkra – visszaulva itt Bokor (2007) tanulmányára és kutatására. Egyrészt a generációs önkép torz, másrészt azt a következtetést is levonhatjuk, hogy nem létezik Magyarországon Y generáció, nem vonhatunk le olyan általános következtetéseket, nem fogalmazhatunk meg olyan jellemzőket, amik a nemzetközi szakirodalomban megfogalmazódtak, alapvetően az Egyesült Államok sajátosságai mentén. Ezáltal mintánkban is bizonyosságot nyer a magyar szakirodalom azon állítása (Bokor, 2007; Csaposs, 2012; Szalai, 2011; Tari, 2010), hogy Magyarországon nincs Y generáció, vagy ha van is, eltérő jellemzőkkel bír a külföldiektől.

Természetesen olyan is előfordult, aki még egyáltalán nem hallott a különféle generációkról, mely akár azért is lehetett, mert elsőéves hallgatóként még nem találkozott ezzel tanulmányai során (például Patti, KM BA, 1. évf., 2012 tavasz).

Voltak olyan alanyok azonban, akik rendkívül tudatosak e téren, és jól informáltak, pontosan ismerik e generáció jellemzőit, továbbá meg tudják mondani azt is, hogy ezek jellemzőek-e rájuk, vagyis Y generációsok-e. Tehát elmondható róluk ez alapján, hogy az Y generáció tudatos rétegébe tartoznak, akik pontos önképpel rendelkeznek.

„Megvan, hogy alapvetően mi az Y generáció. Azt szokták mondani, hogy a '90 utániak, vagy az már a Z? Bár nem mindenhol ugyanúgy számolják. Alapvetően azt hallottam, amit minden generációváltásnál el lehet mondani: nagyon éles különbség van a generációk között, főként a hightech kütyük térhódítása miatt. [...] Azt érzem, hogy azért, mert nagy az információtömeg, nagy a szociális elidegenedés: van 30 ezer barátunk névleg, de még sincs egy sem. Mintha a prioritásaink nem lennének rendben. Sok ember van a világban, akin azt érzem, el van veszve, nem tud mit kezdeni magával, teng-leng. Bennem is vannak kétségek, mi lenne a pálya, ami nekem tökéletes lenne, így ebben Y generációs vagyok. A mai fiataloknak sokkal több lehetőségünk van, kinyílt a világ számukra. Én is keresem a helyemet, és úgy látom, most már kezdem megtalálni az utat. Ebben sokat segít az AIESEC: rajta keresztül más aspektusokból látjuk, kik is vagyunk mi.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

Dia (NG BA 1. évf., 2011 ősz) elmondása jól érzékelteti a generáció digitális orientációját és hozzáértését (Crampton – Hodge, 2009; Fülöp, 2012; Matthews, 2008; Tari, 2010), illetve digitális bennszülött voltát (Prensky, 2001). Mindemellett nagyon jól megfogalmazza, hogy a magyar Y generációsok alapvetően sodródnak, „tengenek-lengenek” a világban, nem tudják, hova tartanak, mik a céljaik, mi a pálya, amit választani akarnak, továbbá nem tudják már azt sem, mik az értékeik. Mindezt pedig annak köszönhetik, hogy a rendszerváltáskor kitágult a világ, rengeteg dologra nyílt lehetőség, megnövekedett a választási szabadság, ami sokaknak gondot okozott. Ezzel Dia (NG BA 1. évf., 2011 ősz) megfogalmazta Bokor (2007), Hudra (2010, In: Szalai, 2011: 221), Szalai (2011), valamint Tari (2010) az irányú megállapításait, hogy a magyar Y generáció bizonytalansággal kell, hogy szembenézzon, sodródás, továbbá a tudatosság igénye, de a valódi tudatosság hiánya, és az önképet érintő alapvető bizonytalanság jellemzi.

„Igen, bár kicsit keverem a generációkat. De szerintem ő az, aki nagyon IT beállítottságú, internetes világban él, enélkül el sem tudja képzelni az életét. Mindenhol vannak online kapcsolatai, a social media nagy szerepet játszik nála. A

baráti kapcsolatok esetében van 1-2 szoros, de a virtuális kapcsolatok dominálnak az életében.

Én úgy gondolom, hogy ezeket a generációkat nagyrészt az amerikai társadalomról mintázzák, és ez Magyarországon nem teljesen így van, legalább néhány év, évtized csúszás van az USA-hoz képest. Az biztos, hogy én számítógép nélkül el sem tudom képzelni az életem, de én ezt inkább a munkámhoz használom, illetve a többi virtuális dolgot is. Nem a Facebookot nézem meg először a telefonom, nem vagyok függő, de azért követem az eseményeket. [...] Én nem tartom magam annyira digitális függőnek. Kapcsolatok terén, pont a diákszervezet miatt is, fontosak a személyes kapcsolatok, meg én személyiségemből adódóan is fontosnak tartom a személyes kapcsolatokat.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

Gréta (GM BA 3. évf., 2009 ősz) megfogalmazta a magyar szakirodalomban jellemző alapvető kulcsmotívumot: a magyar Y generáció eltérő az amerikaitól, továbbá, hogy a generációkat az amerikai társadalomról mintázzák, nem ültethetőek át egy az egyben a magyar valóságba (Bokor, 2007; Csaposs, 2012; Hudra, 2010, In: Szalai, 2011; Szalai, 2011; Tari, 2010;).

„Mostani generáció, ami most van, elvileg én is ide tartozom. Az informatikával, meg a világnak a globalizációjával kapcsolatos, hogy mennyire kitárult a világunk, mennyire más az a szemléletmód, ahogy akár mi nézzük ezt az egészet, meg akár az, hogy hogyan módosult az, ahogyan mi kommunikálunk egymással, pl. social media használat. Illetve az, hogy mennyire utaznak az emberek, milyen nyelveket beszélnek, mennyire nyitottak más kultúrákra. Nekem kb. ezeket jelenti. Fő jellemzőik: kozmopoliták, módosultak az értékrendbeli dolgok, mint a család-munka-barátok-karrier, inkább a karrier, barátok javára, utána jön a család. Alapvetően benne vagyok a sűrűjében...” (Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz).

De az elsősök körében is találhattunk ellenpéldát arra, hogy tanulmányaikból fakadó hiányosságuk ellenére ismerhetik a kifejezést:

„Facebook jut róluk eszembe, teljes információáradat, lázadóak; részben közéjük sorolnám magam, újtó, kétkedő vagyok, ha változik az idő, változzak velük én is, ne ragadjak le.” (Jázmin, GVAM BA 1. évf., 2012 tavasz)

Megkérdeztük alanyainkat arról, hogyan képzelik el magukat tíz év múlva. Mindezzel célunk az volt, hogy fényt derítsünk az Y generáció tudatosságára, karrierterveire, továbbá arra, hogy

vajon jellemezhetőek-e a nemzetközi, illetve a magyar szakirodalomban leírt jellemzőkkel (pl. mobilitás, nyitottság külföld iránt, munka és magánélet egyensúlya, tudatos karrierépítés, -tervek, ambíciózusság, bizonytalanság, sodródás) (Lásd Az Y generáció nemzetközi szintén, Az Y generáció magyar sajátosságai).

Dia (NG BA 1. évf., 2011 ősz) így vélekedett a kérdésről:

„Ezeket a kérdéseket nem szeretem, azért mert a pillanatnak élő típus vagyok, nem tudok nagyon egzakt dolgokat mondani. Szeretném például, ha addigra meg lennének jelentetve a képregényeim. 10 év múlva én 30 éves leszek, szeretnék stabil állást, nem célom, hogy feltétlenül meggazdagodjak. Külföldön való tanulással az a baj, hogy akkor kinn is ragad az ember. Nekem van egy ragaszkodásom Magyarországhoz, de ha nem biztosítják nekem azokat a jogokat, amiket más, akár környező országokban, akkor én lehet, hogy elmegyek. Azt látom, hogy nagyon sok lehetőségem van, látom, miben lennék jó. Jó, hogy van még időm eldönteni. Saját vállalkozásban gondolkodom, de ha HR, akkor multi. Nekem az álmom az AbInbev, mert szimpatikus a CSR politikájuk, illetve voltam már workshopjukon. Továbbá szakmai gyakorlatban gondolkodom jövőre, hogy nagyobb esélyekkel induljak majd a munkaerő-piacon.”

Dia (NG BA 1. évf., 2011 ősz) egyrészt rendkívül tudatos, határozott elképzelésekkel rendelkezik a karrierjét illetően, másrészt kevésbé tudatos abból a szempontból, hogy sok dolog érdekli jelenleg egyszerre, amik közül nem tud választani. Annyi bizonyos, hogy fontos számára a kreatív, változatos munka, ami saját vállalkozás alapítása útján is el tud képzelni. A kihívó, változatos munka Fülöp (2012) és Lewis (2005) leírásával van harmóniában, amik mindezeket az Y generáció jellemzőjének tulajdonítják, a választás nehézsége pedig Hudrara (2010, In: Szalai, 2011: 221) és Tarira (2010) utal vissza például, akik szerint a rendszerváltás után a fiatalokra „szakadt a világ, megnyílt a lehetőségek tárháza”, amikkel nehéz minták nélkül mit kezdeni.

A saját vállalkozás megjelenik Gábornál (KM BA 3. évf., 2011 ősz) is, aki azonban nem rendelkezik kellően „*profitabilis*” ötletekkel ahhoz, hogy elindítson egy vállalkozást, illetve mindez megjelenik Grétánál (GM BA 3. évf., 2009 ősz) is, aki másokkal együtt indítana saját céget.

„A gyakorlatom és a diákmunkám során jöttem rá arra, hogy ha csak értelmetlen dolgot végzel, amiben megmondják, mit csinálj, az nem olyan, ami téged motiválni fog. Akkor jöttem rá, hogy kéne olyat csinálni, amiben látom a változást, látom, mit lehet

újítani. [...] Szeretném, hogy legyen előttem egy perspektíva, ami szerint valamit alkothatok. Tudom, hogy ez pénzügy, de abban is lehet alkotni. Fontos nekem, ha valamivel előre vittem a dolgokat. Fontos, ha nem csak azt csinálom, amit mondanak, hanem van előttem egy szabad tér, kilátás, amiben előre lehet jutni.” (Csilla, PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz).

Csilla (PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz) ez irányú kijelentésében is a változatosság iránti igény jelenik meg, továbbá az értelemtelet és felelősséget, autonómiát ígérő munka jelentősége. Az értelem teli munka azonban nem csak nála, hanem például Gábornál (KM BA 3. évf., 2011 ősz) és Diánál (NG BA 1. évf., 2011 ősz) is megjelenik: ahelyett, hogy „kávét főznének” egy multinál – ahogy Bokornál (2007) is megjelenik ez a tényező, inkább választják a diákszervezetet, amiben „látnak értelmet”, ahol kihívóbb, változatosabb és nagyobb önállóságot, előrejutást ígérő munkával foglalkozhatnak. Dia megemlíttette továbbá a „professzionális játszótér” kifejezést, ami arra utal, hogy az AIESEC-ben „miniben”, komoly, professzionális módon modellezik a céges világot, ugyanakkor nincs akkora tétje annak, amit csinálnak, mint annak, amikor ezt élesben, egy vállalatnál végzik. Így rengeteg lehetőség nyílik a személyes és szakmai fejlődésre is, amit többen fontosnak tartanak.

Gréta (GM BA 3. évf., 2009 ősz) esetében is kiemelhető az autonómia, mint jellemző, ami megfeleltethető az Y generáció szakirodalomban is szereplő jellemzőjének (Crampton – Hodge, 2009; Fülöp, 2012; Welsh, 2010).

„Ha a munka világát nézzük, akkor Y generációs vagyok. Elég önállónak tartom magam, fontos az autonómia. A munkatársakkal is jó viszonyt alakítok ki. Gimiben is mindig figyeltem arra, ha döntést kellett hozni, hogy benne legyen a szavam. Ilyen szempontból tehát már sokkal inkább annak Y generációsnak tartom magam, de szerintem ezt az amerikai társadalomról mintázzák, így nem biztos, hogy rólunk is meg lehet mintázni.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

A munka-magánélet egyensúlyt sokan fontosnak tartják, továbbá karrierjükkel szeretnék biztosítani a megfelelő egzisztenciát családjuk számára. Ez pedig maximálisan egyezik a nemzetközi és a magyar szakirodalom által elmondottakkal (Bokor, 2007; Crampton – Hodge, 2009; Fülöp, 2012; Matthews, 2008; Tari, 2010; Welsh, 2010).

„[...] valami irodaházba kerülök, aztán jönnek majd a kimutatások. Úgy érzem, leginkább az anyagiak és a biztos, stabil családi háttér miatt csinálom majd ezt.” (Csilla, PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz).

„Amit igazán szeretnék, az a stabilitás, kiegyensúlyozottság: önmagammal is, és a munka-magánélet terén is.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

Megjelent itt is a bizonytalanság az alanyokban. Gábor (KM BA 3. évf., 2011 ősz) például *„még annyit sem tud, most milyen ember, nem hogy azt, milyen lesz 10 év múlva”*.

Összességében annyit mondhatunk, hogy ritka az olyan alany, aki megváltoztathatatlan karriertervekkel rendelkezik a jövőt illetően. Vannak, akik tudatosan alakítják a jövőjüket, tudják, milyen vállalatnál akarnak dolgozni, és miért (pl. Dia (NG BA 1. évf., 2011 ősz) az Ab Inbev-nél dolgozna a CSR politikája miatt, továbbá Dalma (NG BA 3. évf., 2011 tavasz) is pontos karrier-elképzelésekkel rendelkezik). Azonban az alanyok nagy része bizonytalan, nem tud egzakt dolgokat megfogalmazni, csak értékeik mentén, illetve nagyvonalakban tudják megfogalmazni, mit szeretnének. Ebben is megjelenhet tudatosság, bár kisebb mértékű, mint az előbb említett alanyoknál.

A munkában való motivációval kapcsolatban feltett kérdéssel arra kerestük a választ, hogy mennyire illik az általunk megkérdezettekre az a kép, amelyet a szakirodalom (Fülöp, 2012) az Y generációsokról mutat a munka világára vonatkozóan. A kapott válaszok alapján elmondhatjuk, hogy alanyaink jól lefedik ezt a képet, hiszen többen az általunk megjelölt felsorolásból akár mindet is motiválónak tekintették: *„nagyjából mindent aláhúztam”* (Gábor, KM BA 3. évf., 2011 ősz), *„nagyon klassz, mert majdnem mindegyiket be tudnám húzni, de nem fogom”* (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz). Természetesen voltak olyan jellemzők, amelyeket jobban kiemeltek a listából, ilyenek számítottak a rotációs vagy projekt munkák, melyek pozitív voltát főként a változatosságukban jelölték meg:

„Tipikusan olyan, amit szívesen vállalnék, olyan lennék, aki ezekre ráugrik, ezzel lehetne a mindennapokat színesíteni.” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009 ősz)

„Igen, nagyon hamar beleunok a dolgokba...” (Tímea, RKG MSc, 1. évf., 2008 ősz)

„Igen, kicsit nehéz lekötni a figyelmemet, érdekes lehet, hihetetlenül motiválna.” (Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz)

„Tök jó, hogy van lehetőségem, hogy váltsak.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

Volt, aki ennek csak a projekt jellegét emelte ki:

„Szeretnék projekt munkán dolgozni, tehát egy olyan feladat legyen, aminek van egy eleje, meg egy vége, és tudod mérni, hogy sikeres voltál-e vagy sem.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

Emellett ilyen volt még a személyre szabott erkölcsi elismerés, lojalitás erősítése is.

„Nagyon fontos személy szerint, az elismerésen van a hangsúly, ha úgy gondolják, hogy értékes a munkám, akkor azt nekem igazolják vissza. Nem muszáj úgy, hogy mindenki előtt, csak mondjuk az ember, aki engem elszámoltat, az néhanapján mondja azt, hogy okés ez rendben volt, egyébként ugyanúgy elvárom tőle azt, hogy elszámoltasson, ha valami nem megy.” (Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz)

"Számomra nagyon fontos a rendszeres 'feedback', az hogy érezzem, hogy értékelik a munkám. Emellett ez nyilván fontos abból a szempontból is, hogy tudjam, miben kell még fejlődnöm." (Enikő, KM BA, 3. évf. 2011 ősz)

„Fontos, hogy tudják, mik az értékeim, elismerik őket, számomra nem az első szempont a kitüntetés, hanem azt szeretném, ha nem csak egy szám lennék, ha külön 'személy szerint' vennének.” (Gábor, KM BA 3. évf., 2011 ősz).

Általánosnak mondható továbbá, hogy a környezettudatos gondolkodást és vállalati felelősségvállalást manapság kiemelkedően fontosnak tartják, tisztában vannak jelentőségükkel, azonban egyáltalán nem jelent számukra motivációt a munkahely kiválasztásánál. Ezzel egyben alátámasztják Matthews (2008) és Welsh (2010 által mondottakat a téren, hogy mindez fontos számukra, illetve van, akinek ez „alap”, de azt nem mondták ki, hogy csak olyan vállalatnál dolgoznának, ami elkötelezett a CSR politikája mellett. Gréta (GM BA 3. évf., 2009 ősz) is el tudna köteleződni mellette, de „nem kritérium feltétel számára”. Továbbá amit még a többség motiválónak tekintett, az önfejlesztés lehetősége volt:

"Az állandó fejlődés hozzátartozik egy sikeres karrierhez. A mai létbizonytalanság mellett nem is engedhető meg, hogy valaki 'belekényelmesedjen' az adott munkakörbe, hiszen egy új állás megpályázásához elengedhetetlen újabb ismeretek felhalmozása." (Enikő, KM BA, 3. évf. 2011 ősz).

„Az önfejlesztés lehetősége fontos, de nem tudom, hogy harmincvalahány évesen mennyire fog érdekelni a sok munka, magánéleti probléma közepette, hogy én ott fejleszthetem magam.” (Csilla, PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz).

Ebben az Y generáció cinikus jellemzője jelenik meg nagyon markánsan. Ez a cinikusság sok alanynál párosul azzal is, hogy ha a vezető szakmai hozzáértésével

problémájuk van, akkor megkérdőjelezzük a hatalmát, nem viseltetnek ez esetben kellő alázattal iránta. Mindezzel pedig Welsh (2010) ezirányú megjegyzését támasztják alá.

Amiben abszolút nem mutatkozott egyetértés a megkérdezettek között, azok az atipikus foglalkoztatási formák és a rugalmasság voltak. Valamelyik alany motiválónak tekinti őket, valamelyik viszont pont az ellenkezőjét gondolja róluk, sőt, az atipikus foglalkoztatási forma, és a rugalmasság nem járnak „párban”.

„Nem szívesen dolgoznék otthonról, nem szabad összekeverni a magánéletet a munkával, szeretném, hogy az otthonom különálló sziget legyen, ahová munka után hazamegyek.” (Patti, KM BA, 1. évf., 2012 tavasz).

„Rugalmas munkaidő úgysem lesz, reálisan próbálok nézni: ha digitális designnal fogok foglalkozni, akkor talán abban van rugalmasság, ha meg vállalkozó lennék, állandóan dolgoznék, nem tudom, az mennyire rugalmas.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

Dia megjegyzésében is nagyfokú cinizmus jelenik meg, ami az Y generáció jellemzője (Welsh, 2010).

„Táv munka engem nem motivál, mert akkor tuti nem dolgoznék, viszont a rugalmas munkaidő motivál, mert minden nap 8-tól 5-ig bennülni nem túl jó. Így jobb érzete lesz az embernek, a főnök rugalmassága is benne van, és ez sokkal emberibb, természetesebb. Nem szeretem a kényszeres szabályokat.” (Gábor, KM BA 3. évf., 2011 ősz).

„A legkevésbé motiválnának az atipikus foglalkoztatási formák. Szeretem, ha van egy rendezett környezet, tudom, meddig kéne benn lenni, tudom, hogy ott munka van. Nem akarom, hogy ez otthon is megjelenjen. Szeretem, ha ott vannak körülöttem az emberek, akikkel dolgozom. Meg az is fontos, hogy így tudok tervezni.” (Csilla, PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz).

„Számomra fontosak az atipikus foglalkoztatási formák. Nekem a kiegyensúlyozottság fontos, a család-magánélet egyensúlya, ezért fontos nekem a családbarát munkahely és a rugalmasság.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

Többségük megemlítette, hogy a fizetés fontos számára, „motivál, hazudnék, ha azt mondanám, nem” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz), ám nem ez az elsődleges. Gábor (KM BA 3. évf., 2011 ősz) a fizetés motiváló jellegének ellenkezőjét állapította meg magára nézve:

„Legyen valamennyi, de nem azért fogok jobban dolgozni, mert az kétszer annyi, attól elkényelmesedik az ember. Meg amúgy fizetéssel nem is lehet motiválni.” (Gábor, KM BA 3. évf., 2011 ősz).

Ezzel egyrészt alátámaszthatjuk Fülöp (2012) és Tari (2010) állítását, miszerint az Y generációnak fontos a pénz, ám másrészt azt nem állíthatjuk, hogy motiváló tényező is lenne számukra. Ezzel inkább Bokort (2007) igazoljuk vissza, aki azt állítja, hogy a pénz az egzisztenciateremtés szempontjából lényeges számukra.

Általános, mindenkire igaz következtetések arra nézve, hogy motiválja őket a munkában, nem vonhatók le. Mindegyikük mást jelölt első helyen, illetve utolsó helyen, más sorrendet állítottak fel, bár hasonlóságok, hasonló helyezések fennállnak. Talán az állapítható meg, hogy a fejlődés közös pont: van, akinél első számú motiváló tényező, van, akinél ott van az elsők között. Az a tény, hogy nem vonhatunk le általánosságokat, arra enged következtetni, hogy nem egységes generációról van szó. Rengeteg rétegből, személyből áll ugyanis ez a generáció is – ha egyáltalán generációnak mondható a szó szigorú értelmében. Emellett az is megeshet, hogy mintánk nem reprezentatív volta befolyásolja az eredményt.

Egyetemi oktatás

Nagyon vegyes válaszokat kaptunk arra a kérdésünkre, hogy az egyetemi továbbtanulásnál miért pont a Corvinusra esett az alanyok választása: volt, aki a diploma értékét, az egyetem presztízsét emelte ki, vagy a legmagasabb ponthatárt, de volt olyan is, aki szinte véletlenül jelentkezett csak ide, vagy aki mások befolyásának (szülők, család, barát) köszönhetően lett az egyetem hallgatója. Mindezek ellenére a visszajelzésekben egyértelműen fellelhetőek bizonyos Y generációs jellemzők. Ilyen például az öntörvényűség:

„Soha nem szerettem olyan helyre tartozni, amiről mindig mindenki azt mondta, hogy mert az a legjobb, hanem szerettem valami olyasmit csinálni, amire azt mondták az emberek, hogy hát ez annyira nem jó, de hogy én megmutathassam, hogy abból én kihozzam a legjobbat.” (Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz)

„... ide biztos nem, de rájöttem, hogy itt nagy nyüzsgés van, én ezt keresem...” (Jázmin, GVAM BA 1. évf., 2012 tavasz)

Továbbá ilyen tulajdonságként említhető meg az is, hogy nem félnek váltani, legyen szó akár munkahelyről, akár – mint ahogyan jelen esetünkben – egy másik szakról, egyetemről van szó:

„... kertész karra vettek fel igazgatási és agrármérnöki szakra, de az kihalt volt, nem tetszett, nem éreztem, hogy bárhová tartoznék, ezért átjöttem a G karra.” (Jázmín, GVAM BA 1. évf., 2012 tavasz).

„Azért nem az iparművészetire mentem [szabadidejében digitális grafikával foglalkozik], mert úgy gondoltam, legyen egy biztos alap, amire mindig lehet támaszkodni és gazdasági tárgyak is érdekeltek. Előtte 1 évig jártam a Pázmányon információtechnológia karra, biotechnológiára, de rájöttem, nem vagyok annyira reális, mint amennyire kéne: azért csináltam amúgy, mert nekem az volt az álmom, hogy majd műkezeket, műlábakat fogok gyártani. Az ITK a tökéletes megvalósítás helyszíne volt, de nem volt nekem való, idealista elképzelés volt ez nekem, így NG-re jöttem át.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

A vizsgált generáció egyik markáns jellemzőjeként szokták említeni a tudatosság hiányát, Magyarországon mindenképpen (Bokor, 2007). Ez érdekes módon a mi mintánkban (és a jelen kérdésnél) nem mondható el egyértelműen, nem lehet általánosítani, melyre vonatkozóan bizonyos következtetéseket fogalmazunk meg a későbbiek során. Tímea (RKG MSc, 1. évf., 2008 ősz) például a tudatosság hiányát alátámasztva azt mondta, hogy *„először fogalmam nem volt, egy karriertervezés nem ártana a középiskolában”,* Gábornak (KM BA 3. évf., 2011 ősz) *„fogalma sem volt, mit csináljon, kiválasztotta azt, ahol a legmagasabb a ponthatár, hogy valami motiválja, meg tetszett neki a szép sárga épület.”.*

Azonban voltak olyanok is, akik már kifejezetten határozott jövőképpel rendelkeztek, és ez alapján választották a Corvinust.

„... hallottam több helyről, hogy a Közgáz nívós; egy ilyen jó diplomát szeretnék, amivel esetleg majd a jövőben, hogyha kell, akkor el tudok helyezkedni, de tudok mást is csinálni. Mert ha elvégzek egy óvónőképzőt, és ha mondjuk később meggondolom magam, azzal nagyon mást nem tudok kezdeni, viszont hogyha itt van a zsebemben egy közgázos diploma, akkor az szerintem eléggé nagy biztonságot ad a jövőben.” (Patti, KM BA, 1. évf., 2012 tavasz)

De voltak olyanok is, akik a tudatosság és a sodródás közötti skálán helyezkedtek el.

„Rájöttem, hogy érdekel a közgáz. Azért az NG lett, mert én akkor még logisztikusnak készültem – akkor még nem tudtam, hogy a marketing érdekel, on-the-job derült ki. A nemzetközi jól hangzott, valamilyen szinten kacsintgatok ki az országból. A tanterv is tetszett, nem volt annyira egyoldalú, mint a többi szak. Arról fogalmam sem volt, hogy

ez a legmagasabb pontos szak. Utóbb azt mondanám, lehet, hogy GM-re mentem volna AIESEC-ből kifolyólag.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

„Mint a legtöbb Közgázra jött ember, nem tudtam pontosan, mit akarok. Tudtam, mi nem érdekel (pl. mérnök, orvos, jogász, tanár). Szívem szerint politológiára mentem volna, meg nemzetközi tanulmányokra, mert ezek érdekeltek, de ekkor voltam már annyira reális, hogy nem akartam diplomás munkanélkülivé predesztinálódni. Bíztam benne, hogy ha már valami gazdasági szak van, akkor előbb-utóbb el tudok helyezkedni. Én már gimis koromban sem arra gondoltam, hogy az ember olyan egyetemre megy, amiben megvalósítja önmagát. Az nem baj, ha valaki olyan területre megy, ami érdekli. Én úgy gondoltam, hogy ha az ember ügyes, akkor egy gazdasági végzettséggel csak tud valamit kezdeni. Érdekelt a történelem és a nyelvek, elég magas volt a ponthatár ahhoz, hogy kellően kihívó legyen, az egyetem presztízse is fontos volt.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

A következő kérdésünket illetően alapvetően egyöntetűen úgy nyilatkoztak, hogy szeretik a Corvinust, szívesen járnak az egyetemre, jól érzik magukat itt. Mindezekon kívül azonban általánosságban az is megfogalmazható, hogy nem azt kapták az egyetemtől, amit a felvétel, jelentkezés előtt vártak tőle, nem felelt meg az elvárásaiknak – ha egyáltalán voltak elvárásaik, nincsenek megelégedve az egyetemi oktatás minőségével, gyakorlatorientáltságával.

„Nagyjából azt kaptam, amit vártam, de most megint cinikus vagyok: nem voltak a Corvinusszal szemben oktatási színvonal terén hatalmas elvárásaim. A BGF sokkal gyakorlatiasabb. Gondolkodtam, hogy ezért az legyen. Bár úgylis van szakmai gyakorlat a Corvinuson, és akkor a presztízis miatt utóbbi, sőt azért van diákszervezet is, hogy gyakorlatiassággal kiegészítsd az egyetemet.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

Elsősorban a használható tudás hiányát emelték ki:

- *„használható tudást vártam tőle, de semmilyen tudás nem maradt rajtam, pedig végig becsületesen jártam, tanultam...” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009 ősz), „[...] összességében sok hasznos tudás nem maradt meg bennem, mert annyira elméleti, hogy nem jött át.” (Csilla, PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz), „[...] sok mindent megtanulunk, ami felesleges, nem elég gyakorlatorientált az oktatás, meg a stakeholder fókusz a tanárok részéről nincs meg: nincs párbeszéd köztük és a diákok között” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz),*

- vagy sokuknak az előadások („1-2 óra csaldást okoz, főleg az előadások között, mert unalmasak; jobb előadásokat várunk el” - Karina, GM BA 1. évf., 2012 tavasz)
- és az oktatók („kevés olyan tanár van, aki alkalmas az oktatásra” - Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz) ellen voltak kifogásaik.

További, részükről egységesen megjelenő igényként definiálható a gyakorlatias oktatás, melyet jelenleg minden, a kutatásban résztvevő alany fejlesztendő területként jelölt meg. Ezt kiemelkedően fontosnak tartják akár csak a tananyag megértése, elsajátítása szempontjából, ahogyan arra Patti (KM BA, 1. évf., 2012 tavasz) is utalt, akár abból a nézőpontból, hogy ez „a valóságban teljesen másképp néz ki” (Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz).

„Abszolút, azt látom, hogy főiskolára kb. jobban megéri járni, hogyha azok valóban gyakorlatorientáltabbak. Ami ma igazából a munkaerőpiacon szükséges, azt nem az egyetem adja meg igazság szerint, hanem azok a plusz dolgok, amiket az ember mellette csinál, ami akkor jó szerintem, ha gyakorlati. Úgy gondolom, ami most kell, az a gyakorlati tudás. Számomra azért fontos, mert úgy látom, hogy a munkaerőpiacon ez kell, vagyis hogy akkor vagy értékelhető, akkor tudsz egyből elkezdni dolgozni, hogyha már láttál ilyen dolgokat, vagy csak kipróbálhattál dolgokat. Ha az ember a saját bőrén tapasztalja, talál kapaszkodókat, ami miatt megmarad.” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009 ősz).

„Fontos, hogy gyakorlatiasságban részesüljek, mert egyszer élünk, most vagyok fiatal, próbálgatom magamat, most van rá időm, ha egyszer lesz majd egy rendes 7/24-es munkám, nem biztos, hogy lesz rá lehetőségem, meg arra, hogy eldöntsem, milyen területen akarok lenni, akkor megvan az esélye, hogy beszűkültem gondolkodom majd.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

„Igyekeznek gyakorlatiasabbá tenni a szakom, csak csomószor van, hogy gyakorlatiasan tanítanak a semmiről. Sajnos olyan szintű gyakorlatiasságot órai keretek között nem tudok elképzelni, mint a diákszervezetben; de akkor minek csinálunk úgy, mintha csinálnánk valamit.” (Gábor, KM BA 3. évf., 2011 ősz).

Bár a gyakorlatiasság terén találkozunk ellentmondással is részükről, ugyanis fontosnak tartják, ahogy azt fentebb is érzékeltettük, viszont egyben nem is vágnak rá, hogy az egyetemen sokkal gyakorlatiasabb órákat tartsanak, mert az elvenné a diákszervezettől az időt, amit pedig sokkal hasznosabbnak tartanak, mint az órai gyakorlatiasságot.

„Ha gyakorlatiasabb lenne, akkor tudom, hogy kevesebbet tudnék diákszervezetezni, és tudom, hogy az sokkal gyakorlatorientáltabb. Az ideális egyetem számomra azt modellezné, hogy működik egy cég: egy projekten kellene dolgozni, meg kéne csinálni a pénzügyi tervet, marketing tervet, komplex dolgot kellene csinálni.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

Mindezekből kifolyólag arra a kérdésünkre, hogy elegendőnek találják-e az egyetemi oktatást a munkaerőpiacon való boldoguláshoz, többségében nemmel feleltek, melynek legfőbb oka a gyakorlatiasság hiányában testesült meg. Ez nem azt jelenti, hogy ne tartanák fontosnak és szükségesnek az egyetemi oktatást (főleg szemléletmód formálás, alapok elsajátítása terén, bár soknak tartják, hogy *„öt éven keresztül formálnak szemléletet”* – ebben egyfajta türelmetlenség is megjelenik), de válaszaik alapján jelen körülmények között mindenképpen szükségesnek gondolják azt kiegészíteni valamely egyetem mellett végzett tevékenységgel, hiszen *„ahhoz, hogy kitűnjön az ember, és nagyobb értéket képviseljen a munkaerőpiacon, ahhoz kell még valami plusz.”* (Gábor, KM BA 3. évf., 2011 ősz).

„Nem elég, egyrészt mert az álláshirdetések nagy része azt írja, hogy legyen frissdiplomás, szakmai tapasztalattal, illetve meg kell tanulni, hogyan dolgozik az ember professzionális környezetben, szükséges továbbá alkalmazkodni, megtanulni a szabályokat. Ezt mindenkinek meg kell tapasztalnia, mielőtt élesben megy, különben abból csalódás lesz. Aki ezt megtapasztalta, annak könnyebb dolga van.” (Jázmin, GVAM BA 1. évf., 2012 tavasz)

„Én gyakorlati úton-módon tanulós ember vagyok, nekem kellett az, hogy AIESEC-ezzem, a személyi fejlődésem miatt is.” (Tímea, RKG MSc, 1. évf., 2008 ősz)

„Jó alapanyagok, képességek, erre épít a cég; nem elég viszont önmagában, mert nem gyakorlatias, ahol meg gyakorlatias, azzal kell megküzdenniük, hogy nem értékelik annyira a diplomájukat – érthetetlen, milyen presztízstársadalomban élünk.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

„Nem elég szerintem, aki csak az egyetemre jár, és akár színötös is lehet, semmire nem fog menni a munkaerőpiacon. Elég gyorsan rájössz, hogy nem az jár legjobban, aki éjt-nappallá téve tanul.” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

A fentieket összegezve tehát megfogalmazhatjuk, hogy a megkérdezettek szerint az egyetemi diploma ma már minimum követelmény ahhoz, hogy egyáltalán labdába rúghassanak a munkaerőpiacon, azonban valódi esélyeik csak akkor lesznek a frissdiplomás hallgatóknak

kikerülve az egyetemről, ha az elsajátított tudást valamely plusz, gyakorlatias tevékenységgel egészítik ki, tapasztalatot szereznek már az egyetemi évek alatt. Ebbe nem feltétlenül értjük bele, hogy már a csatlakozáskor ez motiválja őket (Lásd a Diákszervezetekhez való csatlakozás motivációit), az viszont abszolút beleértendő ebbe, hogy ha a csatlakozáskor nem is merült fel bennük, mint motiváció, a diákszervezetben eltöltött idő alatt rájöttek, hogy hosszú távon mit tudnak ebből profitálni. Ez tehát sokak bennmaradási motivációja, amire visszavezethető a többi motivációjuk.

Érdekes megfigyelnünk, mennyire tudatosak e téren az első évesen csatlakozott hallgatók is. Jó pár alany már most tudatosan készül arra, hogy a Bokor (2007) által említett munkaerőpiaci értéket növelje önmagára vonatkozóan. Ez természetesen igaz a felsőbb éves korokban csatlakozottakra is, ám bennük, ahogy említettük, megeshet, hogy nem merült fel ez a tényező a csatlakozáskor.

A Prensky (2001) által megemlített generációs szakadék is megfigyelhető az oktatás terén, ugyanis sokszor úgy érzik a diákok, hogy „megfoghatatlan dolgokról tanítanak nekik gyakorlatiasan”, vagy nem gyakorlatiasan, ami viszont, mint láttuk, fontos digitális bennszülött alanyaink számára.

Diákszervezethez való csatlakozás motivációi

A motivációt vizsgáló részünket interjúnk során azzal a kérdéssel kezdtük, hogy alanyaink szerint miért csatlakoznak általában a hallgatók diákszervezetekhez. A válaszok során ezekkel a kifejezésekkel találkoztunk a legtöbbször: tartozni valahová, menő, ad valami pluszt, lehetőség, személyes fejlődés, kipróbálni magukat, keresik a helyüket, tudatosan, jóra tölteni a szabadidőt, többet akarnak az egyetemtől, kiegészítik azt. Már itt az elején, ezekből is nagyon jól látszik véleményünk szerint, hogy két fő csapásirány rajzolódik ki a megkérdezettek véleményei alapján, amely nem más, mint a közösséghez tartozás és a gyakorlati tapasztalatszerzés, melyek igazolására természetesen még részletesebben vizsgáltuk a továbbiakban az alanyok motivációit.

A diákszervezetek hasznosságát vizsgálva minden válaszadó teljes mértékben egyetértett azzal, hogy előnyös ezen szerveződések létezése az egyetemen.

„Kiegészítik, barátiassá, élvezhetővé teszik az egyetemet, (...) és azért látszik, hogy ki az, aki volt diákszervezetben (nyitottságában, hozzáállásában). Hogy miért is kell kiegészíteni? Tovább szocializálódjon az ember, olyan, mint egy önképző kör

(beszélgetünk dolgokról, gondolkodunk, meg csináljuk) szerintem kell ez az ösztönzés, egymás inspirálása.” (Tímea, RKG MSc, 1. évf., 2008 őszi)

„Teljesen megélni az egyetemi éveket, közösséghez való tartozás, biztos pont, ismereteket/tulajdonságokat ad, amelyet az oktatás nem feltétlenül tud biztosítani: csapatvezetés, jó kommunikáció, magabiztosság” (Enikő, KM BA 3. évf., 2011 őszi).

Mintánkban eltérő egyéneket szerepeltettünk arra vonatkozóan is, hogy melyik alany hányadik egyetemi évében csatlakozott a szervezethez. Ezzel kapcsolatban érdekes tendencia figyelhető meg az elsőként csatlakozottak körében, többen is említették, hogy rögtön az első félévükben nem szerettek volna csatlakozni egyetlen szervezethez sem, előbb úgynevezett kivárási időszak volt rájuk jellemző, ugyanakkor beszámoltak arról is, hogy a későbbiek során folyamatosan érezték egyfajta „nyomást”, hogy mindenképpen kell valamit csinálniuk, lépjenek időben.

„Szerettem volna felmérni a terepet, egy félév hogy néz ki, milyen a társaság, bár halasztgatni akartam, de nem olyan sok az az itt töltött 3 vagy 5 év - Lépj időben!” (Patti, KM BA, 1. évf., 2012 tavasz).

Természetesen volt olyan is, aki már elsőként is igen határozott véleménnyel volt saját jövőjét illetően.

„Elsőévesen úgy voltam vele, hogy kb. most már minden perc számít, éreztem is, hogy azért én még nem vagyok annyira felnőtt, meg jó kiállású ember, hogy majd egyszer én közgazdász legyek. Gondoltam kell valami, meg a közösség is, hiszen engem mindig emberek vettek körül. Úgy voltam vele, ha csak suliba járok, azt nem bírnám ki, kéne ezen fejleszteni, ha most nem, akkor mikor máskor? Később az ember látja, hogy vannak azok az emberek, akik soha nem lépnek előre ezekben a dolgokban, 30 évesek és még mindig ugyanott tartanak, és ez kicsit ijesztő...” (Tímea, RKG MSc, 1. évf., 2008 őszi)

A csatlakozáshoz fűződő motiváció konkrét kérdésénél a fent említett két irányvonal még markánsabban kirajzolódott.

„Nem éreztem kihívásnak a félévemet, úgy döntöttem, hogy meg tudom csinálni úgyis, ha van mellette valami plusz, hiánypótlás, közösség, hátha találok egy olyan társaságot, ahová értékrend szerint és gondolkodásilag illek.” (Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz)

„Közösség miatt, 1-2 barátnőm volt csak a szakon, egyedül voltam, úgy gondoltam, hogy így nem hagyhatom elmenni az egyetemet, lelkiismeret furdalásom volt, hogy ennél el tudnám tölteni hasznosabban is.” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009)

„Hogy tartozzak egy közösséghez, ez volt a fő, teljesen elveszettnek éreztem magam, meg hogy lekössem magam, (...) 1 hónap után pedig az motivál, hogy a lehető legtöbbet kihozzam magamból, fejlődjek szakmailag is, a gyakorlati dolgokban, személyesen is, bátrabb legyek, jobban ki merjek állni az emberek elé. A szakmai a jövő miatt fontos nekem, állás szempontjából hasznos lesz, ugyanis az AIESEC olyan, mint egy vállalat, a személyes pedig azért, mert mindenkinek szüksége van a fejlődésre.” (Patti, KM BA, 1. évf., 2012 tavasz).

„Erős veszély a magyarországi Y generáció számára, hogy erősen befolyásolhatóak, kívülről meg lehet mondani nekik, mi legyen a vágyuk (siker), még az is kívülről érkezik, hogy legyenek tudatosak, tudatos karriertervekkel rendelkezzenek. Jól tetten érhető tehát a kívülről származó belső motiváció.” (Bokor, 2007: 20).

Elemzésünkben éppen ezért kíváncsiak voltunk arra is, hogy az általunk vizsgált alanyok esetében a csatlakozási motiváció külső vagy belső indíttatású volt-e (Juhász-Takács, 2006). A válaszokból nagyon jól kijött, hogy tulajdonképpen - ahogyan azt az elmélet is megfogalmazta -, sokszor egyszerre jelen van a kettő, ám a külső motiváció a legtöbb esetben inkább csak megerősítésként szolgált az egyének számára, megkönnyítve ezzel az új helyzettel járó bizonytalanságot, az újjal szembeni, kezdeti félelmeket. Elmondhatjuk, hogy kijelentéseik alapján, a megkérdezettek nagyrészt valamely belső motivációnak köszönhetően csatlakoztak a szervezethez, de az is igaznak mondható, hogy a külső motiváció is sok esetben ott volt a háttérben.

„Saját döntésem volt; amikor megtudtam, hogy egy volt osztálytársam is csatlakozni szeretne, akkor kicsit biztonságban éreztem magam, hogy lesz valaki, akivel az első perctől kezdve tudok beszélgetni. Ez nyilván egy nagyon nagy motiváció volt arra nézve, hogy ne féljek a bevonóban, ez így húzott, de saját elhatározás volt, kezdődő tudatosság, hogy nekem ezt ki kell próbálni.” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009)

„Nem volt külső hatás, az én elhatározásom volt, senki nem volt, aki nagyon ajánlotta volna vagy nem ajánlotta volna. A legjobb barátnőm is csatlakozott, ez amúgy löketet adott, de mindenképpen csatlakoztam volna.” (Patti, KM BA, 1. évf., 2012 tavasz)

„Elsősorban én, de fontos volt a barátnőm pozitív megerősítése is.” (Enikő, KM BA 3. évf., 2011 ősz).

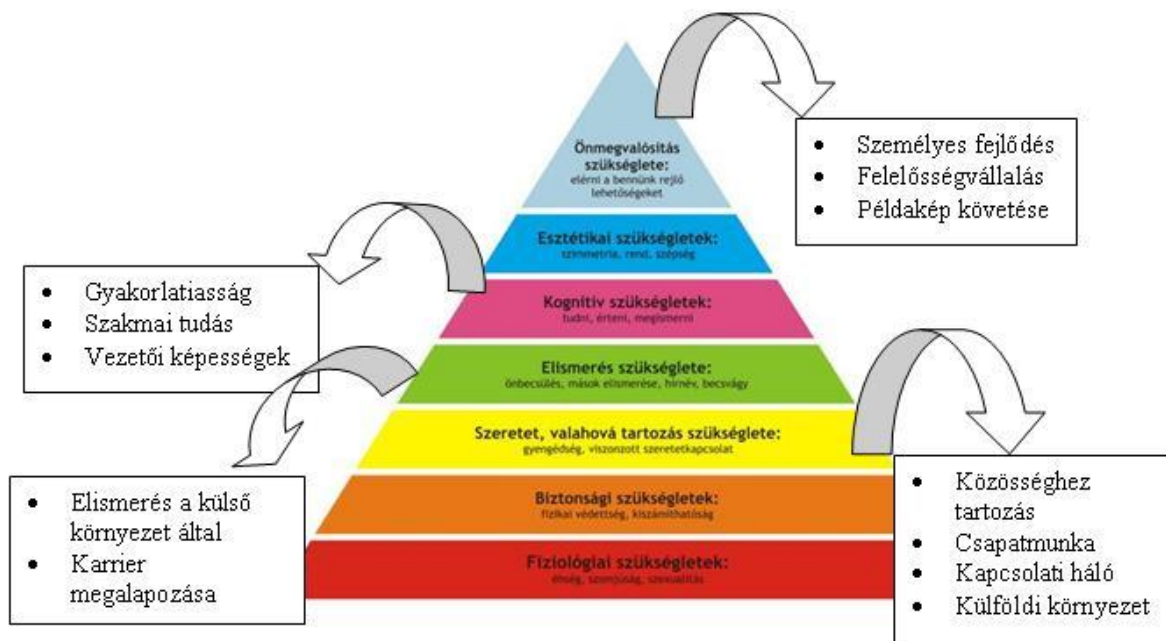
„Csoporttárs is lépett be, előadók is tanácsolták, volt egy inger is, hogy sokan csatlakoznak, de inkább belülről jött.” (Karina, GM BA 1. évf., 2012 tavasz)

Az interjú során az egyik feladatban arra kértük alanyainkat, hogy állítsanak fel egy sorrendet arra vonatkozóan, hogy a felsorolt motivációs tényezők milyen súllyal szerepeltek náluk a diákszervezethez való csatlakozásban. Ezeket a tényezőket mi csoportokba foglaltuk Maslow szükséglet-hierarchiája szerint (4. Ábra), hogy kiderüljön számukra, hogy a megkérdezettek mely motivációs szinteket kívánják leginkább kielégíteni a csatlakozás által. Az eredmény alátámasztja a korábban említett előzetes észleléseinket, miszerint elsődlegesen a maslow-i harmadik szint, vagyis a valahová tartozás jelenti a válaszok alapján a legnagyobb motiváló erőt. Erre a szintre tettük a közösséghez tartozást, csapatmunkát, kapcsolati hálót és külföldi környezetet, melyek közül az első például minden válaszadónál rendkívül előkelő helyen szerepelt (többnyire az első háromban). A korábbi vélemények alapján egyébként Bakacsira (2004) támaszkodva tovább vizsgálhatjuk a közösséghez, csapathoz való csatlakozás motivációit, melyek a

- biztonság – „meg van egy csomó barátjuk, akikre később számíthatnak” (Tímea, RKG MSc, 1. évf., 2008 ősz)
- affiliáció – „szerettem volna egy jó közösségbe bekerülni, megtaláljam a helyemet” (Patti, KM BA, 1. évf., 2012 tavasz)
- támogatás - „lehet hova menni, kihez fordulni” (Jázmin, GVAM BA 1. évf., 2012 tavasz)
- hiedelmek elfogadása – „hasonló érdeklődésű emberekkel lehetnek együtt” (Tímea, RKG MSc, 1. évf., 2008 ősz)
- célok elérése – „prezentációs képességeinket is fejleszthetjük, cégnél fontos lesz, rutint szerezzünk” (Karina, GM BA 1. évf., 2012 tavasz)

A prioritások alapján legkevésbé motiváló a megkérdezettek számára az elismerési szint kielégítése, melybe mi a külső környezet általi elismerést és a karriertervezést soroltuk. Ez a két jellemző feltűnően hátra került a hallgatói sorrendekben, rendre a 9-12. helyekre.

4. Ábra. Maslow kibővített szükséglet-hierarchia modellje, kiemelve a szintekből a mélyinterjú Motiváció részének egyes csoportjait.



Forrás: saját készítés Peda.blog.hu (2010) alapján.

Itt fontos felhívni a figyelmet Maslow elméletének azon hiányosságára, miszerint az egyes szükségletek hierarchikusan épülnek egymásra, ami azt jelenti, hogy miután az egyik szükséglet kielégítésre került, többé már nem lesz motiváló az egyén számára. Ugyanis számos példát láthattunk a megkérdezettek véleményei alapján arra, amikor párhuzamosan, például a közösségi szint, és a kognitív szint is egyaránt motiválja a csatlakozókat.

Véleményünk szerint továbbá nagyon jól visszaadják az interjúalanyok diákszervezetekre vonatkozó szemléletmódját az alábbi szemelvények, melyeket kiemeltünk az megkérdezettek arra adott válaszaiból, hogy miért ajánlanák diáktársuknak a diákszervezetekhez való csatlakozást: hatással lehetnek egymásra, visszajelzést adhatnak-kaphatnak, saját magukat jobban ismerik, ne süppedjenek bele a hétköznapiakba, színesítsék élettapasztalataikat, életre szóló barátságok, szerelmek, kötelékek, munka, megtapasztalod azt, amit csak akkor tapasztalnál meg - ha nem csatlakoznál -, ha már dolgoznál!

Kutatási kérdésünk megfogalmazásában gondolatindítónak számított az az észrevétel, miszerint a diákszervezeti tagok közül sokan csúsznak tanulmányaikkal. Így szerettük volna, ennek okait is feltárni, az alanyaink véleményét meghallgatni a témával kapcsolatban. Mindezek alapján megállapíthattuk, hogy a jelenség valóban létezik, és bár kapcsolat fedezhető fel közöttük, hogy a minél nagyobb felelősséget vállaló tagoknál potenciálisan fennáll a tanulmányokkal való csúszás veszélye, azonban ez inkább tudatos döntés eredménye, ami nem teljes mértékben a szervezet hibájának tudható be. Illetve a többség azon

a véleményen van, hogy ha ez elő is fordul, mindenképpen tolerálható, megéri az adott egyénnek a diákszervezeti munkával és tapasztalatokkal járó óriási előnyök miatt.

„Nem teljes mértékben az AIESEC rovásának tudható szerintem, engem is ugyanolyan hatások értek, én mégis be tudtam fejezni időben a sulit, egyénfüggő.” (Tímea, RKG MSc, 1. évf., 2008 ősz)

„Én is tudnám csinálni a sulit, ha akarnám, de beleszakadnék. Fenntarthatóbbnak tartom így az életemet, az ok, hogy annyi munkát igényel a pozi, hogy a kettőt nem lehetne együtt csinálni. Így lehet megcsinálni, hogy az ember nem jár mellette egyetemre, sok pluszért megéri, sok lehetőségért. Az AIESEC-nél most vagy soha, később nem lehet visszajönni, ha most nem lépek meg, nem lesz később lehetőségem ebben a közegben, amiben most vagyok, mivel túl gyors a fluktuáció” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009)

Némiképpen ebből az is következik, hogy azok a hallgatók, akik csúsznak tanulmányaikkal, előrébb helyezik a diákszervezetet az egyetemi oktatásnál. A megkérdezettek között egyértelműen kirajzolódott, hogy ez a felsőbb évesek között mutatható ki, a frissen bevontak vagy nem tudnak különbséget tenni a kettő között, vagy az egyetemet fontosabbnak tartják.

„Nem lehet így összehasonlítani, azért jöttem ide, hogy tanuljak, nem azért, hogy egy diákszervezethez csatlakozzak, emellett fontos a diákszervezet, ez az élvezetes része az egyetemnek.” (Karina, GM BA 1. évf., 2012 tavasz)

„Hát én most már elsősorban AIESEC-es vagyok, nem egyetemista, én azért végzem az egyetemet, hogy AIESEC-ezhessem...” (Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz)

„Abszolút az AIESEC-et tartom fontosabbnak, a saját prioritási listámon hátrébb soroltam az egyetemet azzal, hogy passzíváltam, viszont a későbbiekben, tudom, hogy amit én szeretnék csinálni, ahhoz kell az elméleti tudás is.” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009)

Az interjúalanyok véleménye alapján a diákszervezetben megszerzett tudást az élet szinte minden területén tudják majd hasznosítani, akár a

- munka terén:

„emberekkel való együttműködésben, hogyan szocializálódok a munkahelyen, hozzáállás a dolgokhoz, proaktivitás, hogy működik egy hierarchikus szervezet,

hogyan kell alázatosnak lenni mások felé, általánosságban az önismeretet kihangsúlyoznám” (Tímea, RKG MSc, 1. évf., 2008 őszi)

„felelősségvállalás, meg kell csinálni, ott kell lenni, ki merj állni emberek elé, ne legyél visszahúzó, csináld, hajtsd a csapatot” (Patti, KM BA, 1. évf., 2012 tavasz)

▪ iskolában:

„tudom mik az erősségeim, gyengeségeim, ezeket el tudom takarni, bármikor előhívni, a time-menedzsment még mindig nehéz” (Dalma, NG BA 3. évf., 2011 tavasz)

„suliban is, az első órán tudja az ember pozicionálni magát egy jó válasszal, kérdéssel, elismerést vívhat ki magának, saját tapasztalatot tud példaként felhozni rá” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009)

▪ magánéletben:

„saját élet menedzselése: tudatosabb az életem, kivel foglalkozom, megtanulja az ember értékelni az időt, kapcsolatokat” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009)

Generációkon alapuló harmadik személy-technika

Célunk a harmadik személy-technikával, illetve a Bokor (2007) kutatásán alapuló tulajdonságlistával, hogy bemutassuk a generációs különbségeket, illetve azt, milyen generációs önképet alkotnak magukról alanyaink, milyen különbségek, hasonlóságok fedezhetők fel bennük, mikor elképzelik magukat hasonló vezetői helyzetben, mint Tamás (harmadik személy-technika alanya). Míg a harmadik személy-technika a generációk és az Y generáció, addig a tulajdonságlista az önkép, a saját korosztály és az X generáció összevetésére szolgált.

Olyan alany nem akadt, aki maximálisan egyetértett volna Tamás intézkedéseivel, viselkedésével, mindenben valamilyen szintű visszatetszést keltett a viselkedése, de ha próbálta is elfogadni őt, vagy kompromisszumot kötni vele, akkor is voltak fenntartásai. Mindez arra enged következtetni minket, hogy a generációs szakadék létezik, az Y generációt megkülönböztethetjük a többi generációtól, továbbá ők maguk is megkülönböztetik saját magukat. Ezekre a különbségekre nézzünk egy-két példát alanyainktól:

„Nem hiszem, hogy lennék a munkatársa, persze kompromisszumkészség kellene a részemről, mert eltérő a személyiségünk, de sok konfliktusforrásra találtam okot. Én abszolút nem ilyen vezető lennék. [...] Nem egy motiváló ember, mert ő sem túlzottan

motivált, nem tudna engem motiválni. [...] Én megkérdőjelezném az ő vezetői pozícióját, az meg nem feltétlenül jó, ha rivalizálás van köztünk. [...] Kicsit ambivalensnek érzem Tamást: ambiciózus, menetelne felfelé anyagi szinten, de kreatív szinten nem. Nekem pedig ez fontos, illetve az is, hogy beleszólhassak a döntési alternatívákba, legyen szabadságom. Tamás az autokratikus vezetési stílussal csak rövid távú célokat tud elérni, de hosszú távon nem tud motiválni.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

„Ezek olyan kritériumok, amik csökkentik a szememben... 70 éves korodban nyomtatod ki az e-mailt. És ha nincs a személyes meeting mögött tudatos koncepció, akkor nem gondolom, hogy egyáltalán multihoz való vezetőnek való, innováció nélkül hogy lesz valaki vezető...” (Gréta, GM BA 3. évf., 2009 ősz).

„Nem biztos, hogy szeretnék csupa Tamással körülvéve dolgozni, nagyon unalmas lenne. [...] Nagyon unszimpatikus, hogy nem engedi, hogy beleszóljanak a beosztottjai a döntési alternatívákba, ez ellentmondásos, kicsit képmutató, szerintem jól odamondanám neki.” (Gábor, KM BA 3. évf., 2011 ősz).

Ezek alapján azt a következtetést is levonhatjuk, hogy több alany, ha nem tetszik neki valami, megkérdőjelezi a hatalmat, ami egyezik például Welsh (2010) állításával.

További különbség az alanyok és Tamás között, hogy teljesítményorientáltak tartják magukat, mindig a maximumot, illetve annál többet nyújtanak, továbbá fontos számukra a személyes fejlődés, a tréningre nem azért mennének, hogy előbbre jussanak. Ez motivációjukkal is összhangban van, ami alapvetően kapcsolódik a diákszervezeti csatlakozáshoz, illetve léthez.

Az alanyok alapvetően egyetértenek Tamással abban, hogy a Facebook-ot csak korlátozottan használja, ugyanis nem gondolják, hogy az kell legyen az életcéljuk, hogy közösségi oldalakon „lógjanak”. Emellett szintén egyetértettek a személyes találkozók preferálásával és támogatásával, ám túlzott mértékűnek tartják Tamás magatartását, és korlátozottnak vélik azt az elképzelését, hogy nem delegál e-mailben, és ilyen mértékben ragaszkodik a személyes találkozókhoz. Úgy gondolják, sokszor az e-mail költséghatékony, gyors, ám abban egyetértenek, hogy nem mindig a leghatékonyabb módszer.

Az alanyok nyilatkozata alapján azt a következtetést is levonhatjuk, hogy a generációs különbségek komoly problémákat okozhatnak egy munkahelyen, hiszen konfliktusok forrásai, meg nem értés és megkérdőjelezés alapjai lehetnek.

A tulajdonságlista kapcsán a megkérdezettek majdnem mindegyikében felmerült a korosztály jellemzése kapcsán, hogy nem tud általánosítani, nem tud olyan tulajdonságokat mondani, ami a korosztály minden tagjára igaz lenne. Ez két dologra enged minket következtetni: egyrészt azt a következtetést is levonhatjuk, hogy nincsen egységes generáció, sőt, Bokor (2007), Csaposs (2012), Hudra (2010, In: Szalai, 2011: 219-221), Szalai (2011), és Tari (2010) alapján azt mondhatjuk, hogy nincsen szigorúan vett Y generáció Magyarországon. Másrészt, ha Bokorhoz (2007) hasonlóan árnyaljuk a képet, akkor azt mondhatjuk, hogy létezik generáció, de eltéréseket mutat a klasszikus értelmezéshez képest, illetve azt is elmondhatjuk, hogy – ahogyan a generáció definiálásnál is megfogalmaztuk – nem szabad általánosítani, ugyanis minden korosztályon belül egyének vannak, akik rétegeket alkotnak, és teljesen különböző tulajdonságokkal rendelkezhetnek. Az általánosítás nehézségére nézzünk pár idézetet:

„Nem szeretem az általánosításokat, mert annyiféle csoport van, annyiféle ember, de arany közép utat sem lehet választani, mert az meg nem írja le a generációt.” (Dia, NG BA 1. évf., 2011 ősz).

„Nem tudom, milyen a korosztályom, a korosztályomnak csak nagyon kis szeletét látom. Nem szeretek általánosítani: eszembe jut két ember, és már nem igaz rájuk.” (Gábor, KM BA 3. évf., 2011 ősz).

„Nem tudom, hogy lehet-e egy korosztályt jellemezni öt jelzővel, mert mindenki más. Ha az AIESEC-es ismerőseimre gondolok, akkor nyitottak és vállalkozó kedvűek, de ha a BME-s ismerőseimre gondolok, akkor rájuk azt mondanám, hogy elégedetlenek és bizonytalanok. Nem tudnám neked meghatározni ezt az öt tulajdonságot.” (Csilla, PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz).

Sok alanynak problémája volt, hogy megállapítsa, milyen tulajdonságok jellemzik őt magát, mások viszont tudatosak e téren is, vagyis megosztottság mutatkozik a generáción belül.

Az alanyok a saját korosztály jellemzésénél is nagyobb nehézségekbe ütköztek, amikor a 30-40-es korosztályt kellett jellemezniük. Szintén az a probléma, hogy *„nehéz ebből a pár emberből megítélni egy egész generációt”* (Csilla, PSZ BA 3. évf., 2011 tavasz), továbbá *„nem szeretnek kliséket állítani”* és Gábor (KM BA 3. évf., 2011 ősz) már *„véggképp nem tudja, magához hasonlítva nem érez akkora különbséget.”* Ez utóbbiból azt a tanulságot szűrhetjük le, amit Bokor (2007) is állít, hogy Magyarországon nincsenek olyan éles határok az X generáció és az Y generáció esetében, vagyis a mostani Y generáció inkább még

egybefolyik a korábbi generációval. Az igazi különbséget valószínűleg a Z generáció hozhatja meg. A 30-40-es korosztályt nagy részben életkoruk alapján tudták jellemezni az alanyok, vagyis az alapján, hogy egy 30-40-esnek mi lehet fontos (család, anyagiasság, óvatosság, és a „jó magyar elégedetlenség”), de nem tudták igazán jellemezni őket. Ennek az is lehet az oka, hogy nem annyira szignifikáns a különbség az X és az Y generáció között, illetve az is, hogy az X generációnak nincsenek olyan markáns vonásai, amik megkülönböztetnék az Y generációtól.

A tulajdonságlistát a 7. *Mellékletben* láthatjuk, melyen feltüntettük az első öt helyen (táblázat teteje) az alanyok önjellemzését, saját korosztályuk, illetve az X generáció jellemzését. A lista alján szereplő tulajdonságok Bokorhoz (2007) hasonlóan a „Kik nem vagyunk” kérdésre adnak választ, ugyanis ezeket a tulajdonságokat bár választotta pár alany, de nem túlnyomó százalékban. Az önkép és a saját korosztály a nyitottság terén egyezik, ám azt láthatjuk, hogy az alanyok alapvetően eltérően értékelik önmagukat, illetve korosztályukat. Korosztályuk és a 30-40-es generáció az elégedetlenségben egyezőséget mutat. Az is hasonlóság, hogy míg magukat pozitív, addig korosztályukat, illetve az X generációt többnyire „negatív” jelzőkkel illették. Ez egyfajta idealizmust is jelenthet, „hősként” tekintenek magukra, nagy önbizalommal viseltetnek az iránt, hogy képesek változást hozni a környezetbe. A család, közösség motívuma mindhárom generációban jellemző. Saját magukat tudatosnak gondolják, ám eddigi következtetéseinkből azt szűrhetjük le, hogy a tudatosság igénye van meg bennük, illetve egy külső inger a tudatosságra, de ez nem jelent valódi tudatosságot, sokszor ellentmondásba keverednek tudatosság terén.

3.4. A munkaadók megkérdezése

Primer kutatásunkat kiegészítve, a diákszervezeti tagok mellett úgy gondoltuk, megkérdezzük a munkáltatói oldalt is a téma kapcsán. Interjút készítettünk négy vállalati képviselővel, melynek keretén belül négy kérdés mentén kértük, hogy fejtsék ki véleményüket. A kérdéseket a 6. *Melléklet* tartalmazza.

Profiljukat tekintve olyan vállalatokat igyekeztünk keresni, melyek népszerűek a Corvinuson tanuló hallgatók között, illetve az egyetem elvégzése után potenciális munkaadókként jelennek meg a diplomások számára. Így esett a választásunk a BIG4 egyik vállalatára, egy multinacionális IT cégre, valamint egy nemzetközi és egy magyar tanácsadó vállalatra, mely utóbbi nem más, mint a Vialto Consulting. A Vialton kívül, a többi cég kérésére a válaszadók

és a cég anonimitását biztosítjuk, így a továbbiakban profiljuk alapján kívánjuk megkülönböztetni őket az alábbiak szerint: BIG4, IT cég, Nemzetközi tanácsadó és Vialto.

Ezzel a felméréssel több célunk is volt egyszerre. Először is kíváncsiak voltunk arra, hogy mennyire foglalkoznak tudatosan az általunk megkeresett vállalatok a generációs kérdéssel, az eltérő generációk közötti különbségekkel, mennyire készülnek az Y generáció munkaerőpiacra lépésével. Továbbá érdekesnek találtuk azt, hogy milyen kép, tapasztalat alakult ki ezen vállalatok körében az Y generációról, tisztában vannak-e tulajdonságaikkal milyen véleménnyel vannak róluk. Ezzel tulajdonképpen célul tűztük ki azt is, hogy ne csak a szakirodalom alapján alkossunk képet az általunk vizsgált Y generációról, hanem a munkaadók bevonásával némiképp betekintést nyerhessünk a mai „magyar valóságba”. Mindezek mellett pedig kutatási kérdésünknek megfelelően fontosnak tartottunk információt gyűjteni a vállalati oldal képviselőitől arról, hogy hogyan viszonyulnak a diákszervezetekhez, mennyire részesítik előnyben azt, ha valaki tag volt, sőt, feltevésünkhöz kapcsolódva, vállalati szemszögből valóban nagyobb eséllyel indulnak-e a munkaerőpiacon.

Az első kérdéssel tehát azt vizsgáltuk, hogy a megkérdezett vállalatok általánosságban hogyan vélekednek az Y generációhoz tartozó munkavállalókról. Szaktudást tekintve érdekes volt az IT vállalat azon megállapítása, miszerint „nem azokon a területeken végeznek, amire a munkaerőpiacnak szüksége lenne, (...) továbbtanulása során követett bizonyos divathullámokat, (...) nem hajol meg a munkaerő-piaci elvárások, illetve a tapasztaltabbak tanácsai előtt, hanem ő tartja magát az elképzeléseihez”. Ebben a véleményben egyértelműen megjelenik az Y generáció egyik fő tulajdonsága, az öntörvényűség, az engedelmeskedés és a rendszereknek való behódolás nehézsége – „mi egy nagy multi cég vagyunk, centralizált döntéshozatallal, optimalizált folyamatokkal, így mi nem tudjuk megadni az Y generációnak azt a szabadságot, hogy ő változtasson a folyamatokon” (IT vállalat). A megkérdezettek tapasztalatai alapján az Y generációsok számára az ideális munkahellyel szemben támasztott követelmények az alábbiak szerint néznek ki:

„dinamikus, pörgős környezetben kell dolgozni, gyakran változnak a folyamatok, dolgok, változik a rendszer, ehhez alkalmazkodni kell, és az Y generációnak természetes, hogy folyamatosan változnak a dolgok, az Y generációnak ez a lételeme.”
(IT vállalat)

„sztenderd anyagi és erkölcsi elismerés illetve a megbízható és stabil munka mellett kiemelkedően fontos a jó csapat illetve a munkahelyi légkör. Szeretnék jól érezni

magukat a munkahelyükön!! Mint az egyetemen, a diákszervezetekben...” (Nemzetközi tanácsadó)

Továbbá a generációra vonatkozó általános jellemzőkként többen megemlítették a technikai affinitást, nyitottságot („A munka mellett céljuk a kiteljesedés, az élet gazdag tartalommal történő feltöltése - hobbik és szabadidős tevékenységek, work-life balance hangsúlyos.” – Vialto), és az erős kommunikációs képességeket („Jellemző rájuk a professzionálisabb fellépés, fejlett kommunikáció és a kiválasztási folyamatban is magabiztosabban vesznek részt.” – Vialto). Amiben viszont nem képviseltek egységes véleményt az általunk megkérdezettek, az a nyelvtudás és a tudatosság kérdése volt. BIG4 szerint például: „ami inkább hiány, az az idegen nyelvi tudás illetve a tudatos karrier-tervezés”, míg a Vialto tapasztalatai alapján „1-2 idegen nyelvet jól használnak (...) általánosan tudatosabbak a jövőjük építésében.”

A második kérdésben arról érdeklődtünk, hogy milyen markáns különbségeket vélnek felfedezni a megkérdezettek az Y generációsok és a megelőző generáció képviselői között. Itt érdemes külön-külön megvizsgálni a válaszokat. Az IT vállalat az Y generáció fő erősségének az előző generációval szemben a rugalmasságot, az állandó változásokhoz való gyors alkalmazkodó készséget jelölte meg, véleményük szerint „lehetőségnek és nem veszélynek fogják fel a változásokat”. Valamint az IT vállalat képviselője kiemelte, hogy érdekes a két generáció közötti kapcsolat annak vonatkozásában, hogy mennyire más korszakban léptek ki a munkaerőpiacra, hiszen az „idősebbek egy felfelé ívelő, dinamikusan növekvő piacon csatlakoztak a céghez, (...) míg az Y generáció akkor jelent meg, mint munkavállaló, amikor beütött a válság”. Viszont munkaadóként ők egyáltalán nem látják ezt hátrányosnak, sőt, ahogyan ők tapasztalják, „pont azért, mert ők mások is, így elég jól tudnak boldogulni egy ilyen környezetben, ebbe kerültek be, mint kezdő munkavállaló, számukra ez a természetes (költségtakarékosság, bizonytalanság...)”. A BIG4 szerint „az új generációnak a szociális szükségletei magasabbak, ehhez próbál a cég is igazodni különféle IT megoldásokkal (pl. belső social media felület) is”. Ezt a helyzetet a vállalat sem pozitívnak sem negatívnak nem tekinti tehát, inkább tényként kezelik, hogy számukra is szükséges a megváltozott igényekhez történő alkalmazkodás, magasabb fokú rugalmasság. A Nemzetközi tanácsadó úgy vélekedett, hogy az Y generáció számára sokkal fontosabb elődeinél a vállalati előrelépési lehetőség, sőt „ha az külföldi munkavégzés lehetősége, akkor kiemelten elégedettek!”, emellett folyamatosan új, változatos, kihívó feladatokat keresnek. Markáns különbségnek találják

továbbá a Nemzetközi tanácsadónál, hogy az Y generáció tagjai sokkal gyorsabbak, mely az ő értelmezésükben azt jelenti, hogy:

„Nem nyugszanak meg egy percre sem, nem tűrik a monotonitást és sokkal hamarabb gondolják magukról, hogy már profik az adott területen, nincs benne több kihívás és újdonság, és keresik az új és új lehetőségeket. Ezt az attitűdöt mi némileg veszélyesnek látjuk, és keressük azokat a fiatal tehetségeket, akikben még megvan a munka és a szakma iránti alázat, és értékeli az idősebb generáció tudását/tapasztalatát, belátják, hogy szükséges az alapos tudás és tapasztalat megszerzése, mielőtt előreléphetnek.”

Az alázat és elhivatottság problémája egyébként a Vialtonál is előkerült, melyet kiegészített még azzal, hogy nehezebben vállalnak felelősséget ezek a munkavállalók, illetve „hamarabb ’adják fel’, ha elsőre nem sikerül valami”.

A megkérdezett vállalati képviselők harmadik kérdésünkre adott válaszait a 8. Mellékletben összesítettük. Fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy a táblázatot annak alapján készítettük el, ahogyan az interjúalanyok értelmezték vállalataik szempontjából a lehetőségek és fenyegetettségek kérdését, így nem minden esetben mondható el, hogy a SWOT elveinek megfelelően kizárólag külső tényezők kerültek említésre. Emellett úgy érezzük, hogy szükség van néhány, a felsorolásban szereplő elem pontosítására. Ilyen például a nyelvtudás kérdése, mely az erősségeknél és gyengeségeknél egyaránt szóba került. A kettő azonban nem „üti” egymást, hiszen az Y generáció erős nyelvtudási képességei főként az első nyelvre (ami többnyire az angol) vonatkoznak, míg gyengeségként az angolon kívüli nyelvek egyetemi tanulmányok alatti elhanyagolását jelölték meg. A fenyegetettségeknél megemlített türelmetlenség és „gyökértelenség” jelensége az IT vállalat képviselője szerint egyaránt lehet fenyegető a munkaadó, és maga az Y generációhoz tartozó egyén számára is, a következő gondolatmenet alapján: „türelmetlenek, nem alakul ki kellő lojalitás a cég iránt, és ha nem elégedettek az adott munkakörrel, túl hamar odébbállnak – ez azért veszély, mert állandó bizonytalanságban élnek le életüket: egy munkahelyváltás elég komoly energia-befektetés - új folyamatok, tudás, új rendszerek, emberek -, így lehet, hogy anyagilag jobban járnak, viszont nem alakul ki kötődés az adott cég, kollégák iránt, így gyökértelenné válnak”. Ezen kívül az Y generációsok túlzott individualizmusa összefüggésben áll a gyors munkahelyváltási szokásaikkal, legalábbis a Vialto tapasztalatai alapján; illetve véleménye szerint két fő tényező játszik szerepet demotiváltságuk kialakulásában. Az egyik „az azzal kapcsolatos elvárás, hogy valaki gyorsan vezetői pozícióra tehet szert, jellemzően nem teljesül” (a

kialakult vállalati hierarchiák miatt), a másik pedig az, ha túl nagy elvárásokkal érkeznek az adott vállalathoz (pl. hatékonyan működő mátrix szervezet).

Az utolsó kérdésünkben azt vizsgáltuk, hogy a megkérdezett cégek hogyan vélekednek a diákszervezetekről, mennyire tartják hasznosnak, kívánatosnak, ha munkavállalóik ilyen múlttal rendelkeznek, továbbá ez milyen előnyökben nyilvánul meg számukra. Az IT vállalat nézőpontjából egyértelműen igen volt a válasz. A diákszervezeti tagság általuk számon tartott legfőbb előnyeiként a csapatban, különböző típusú emberekkel való együtt dolgozást, (szervezettől függően) mások vezetését, motiválását emelte ki, valamint fontosnak tartják, hogy esetükben „jó eséllyel konkrét gyakorlati tapasztalat alapján döntötték el, hogy mivel szeretnének foglalkozni, így megalapozottnak mondható az adott pozícióba való jelentkezésük”. Az IT vállalat a diákszervezeti tagságot emellett azért is preferálja, mert:

„frissdiplomás toborzás során diákszervezetekkel tartjuk a kapcsolatot, mivel rugalmasabban alkalmazkodnak az igényeinkhez, mint az egyetemek és a főiskolák, célzottabban tudunk toborozni, célcsoportot megszólítani, kreatív ötleteikkel tudnak segíteni minket.”

A BIG4 képviselője is első sorban a gyakorlati tapasztalatot emelte ki:

„tudatosabban választ magának karriert, általában jobban dolgozik csapatban, megbízhatóbb a munkavégzésben (ismeri a határidők, szabályok fontosságát), könnyebben épít kapcsolatokat mind a cégen belül, mind a (potenciális) ügyfelekkel”.

A Nemzetközi tanácsadó is egyértelműen támogatja a diákszervezeti tagságot, és az eddigieken kívül egy sajátos nézőpontból is megvilágította ennek előnyeit:

„szinte mindannyian voltunk diákszervezeti tagok, még az ügyvezetőnk is! Így sajátos a szervezet működése is. Jobban megértjük egymás kihívásait, felismerjük a szinergiákat, mert ebben szocializálódtunk az egyetem óta”.

A Vialto szintén úgy vélekedik, hogy „munkaadói oldalról mindenképpen előny (sőt egy tanácsadónál szinte kötelező), hogy a sima egyetem elvégzése mellett mást is fel tudjon mutatni a jelentkező”. Náluk például már az önéletrajzok szűrésénél fontos az ilyen jellegű tapasztalat. Tapasztalataik alapján azok a jelentkezők, akik egyetemi éveik alatt valamely diákszervezet tagjai voltak, a következő jellemzőket hordozzák magukon: ambiciózus, érdeklődő, képes csapatban dolgozni, jobb önértékeléssel rendelkezik, tisztában van azzal, hogy mit jelent felelősséget vállalni, konkrétabb célokkal rendelkezik, hamarabb megtalálja

saját szerepét, gyorsabban beilleszkedik. A képviselő kiemelte azt is, hogy aki nemzetközi szervezetben tevékenykedett, általánosságban ezeken kívül toleránsabb, nyitottabb a világra, és megfelelő szintű idegennyelv-ismerettel rendelkezik.

4. Következtetések

Dolgozatunk célja tehát az volt, hogy választ adjon azon kutatási kérdéseinkre, hogy vajon a jelenlegi Y generációs hallgatók diákszervezetekhez való csatlakozásának motivációs faktorai visszavezethetők-e egy fő, hosszabb távú motivációra, mégpedig arra, hogy kiegészítve az egyetemi oktatást, nagyobb eséllyel induljanak a munkaerőpiacra való belépéskor.

E cél egyik vonala az Y generáció vizsgálata. Arra a következtetésre juthatunk, hogy Magyarországon, a magyar szakirodalom következtetéseit osztva, nincs jelen az amerikai terminus, vagyis nem alkalmazható egy az egyben a magyar, 1980 után született fiatalokra, hogy a szó klasszikus értelmében Y generációsok lennének. Ezt a képet árnyalva azt mondhatjuk, hogy számos jellemző viszont elmondható ezekről a fiatalokról, bár ezek sem általánosíthatók egységesen, inkább azt mondhatjuk, hogy rétegek különíthetők el, csakúgy, ahogy a külföldi szakirodalomban is karakterekkel jellemzik az Y generációt. Jelen van egy tudatos, ambíciózus, magabiztos réteg, aki korán, akár első éves korában, vagy még korábban hallott a diákszervezetekről, és minél hamarabb szeretett volna csatlakozni diákszervezethez. Egy részüknél tudatos volt az AIESEC, másik részüknél véletlenül múlt, hogy ide csatlakoztak. A tudatos rétegről sem mondhatjuk azonban, hogy motivációi között már a csatlakozáskor első számúak lennének a hosszú távú célok, vagyis az a csatlakozási motiváció, hogy jobban érvényesüljenek majd a munkaerőpiacon. Ez a tudatosság inkább akkor jön el náluk, amikor eltöltöttek egy bizonyos időt a szervezetben és rájöttek, hogy miért is csinálják ezt hosszú távon. Az általunk megkérdezettek másik része egyáltalán nem mondható magabiztosnak, sodródik, nagy a fejlődési igénye, magabiztosságra szeretne szert tenni, többnyire külső nyomás hatására jelentkezett diákszervezetbe, amit valamilyen szinten belső motivációnak tulajdonít. Ők jellemzően a közösség mellett a személyes fejlődést tartják fontos motivációnak.

Összességében, mindét csoport esetében, a csatlakozás motivációi közül a közösséghez tartozás a legfőbb motiváció, mely később megváltozhat és átalakulhat. Ezt az egyik interjúalanyunk is nagyon jól megfogalmazta: *„Hogy miért is csatlakoznak? Több oka van, ezen a területen dolgozom, látom, hogy az elmúlt két évben miért csatlakoznak az emberek,*

elég jó piackutatást végeztem, az első a közösséghez tartozás, inkább másodéveseknél tudatosabbak, nem elég az, amit a suli ad az órákon, valamint kipróbálni magukat, szárnypróbálgatások.” (Bianka, KM MSc, 1. évf., 2009)

Főleg az első évesek esetében fontos motívum a közösség, ugyanis elveszettnek érzik magukat az egyetemen, elvesztették azt a közeget, ami biztos háttérrel és állandóságot adott nekik a középiskola alatt. Ezt nem találták meg az egyetemi szaktársak között sem, ami jellemzően nem annyira összetartó, mint egy diákszervezet. Ezért is jelentkeztek diákszervezetbe, ami megadja nekik a „valahova tartozás” érzését. Később ez a motiváció alakulhat át, kiegészülhet akár a vezetővé válás motivációjává, karriercélokkal, akár a szakmai gyakorlat megszerzésévé, vagy azzá, hogy a gyakorlat bekerüljön a CV-be, melyek mindegyike hosszú távú hasznossággal fog bírni számukra, ezek pedig a bennmaradás motivációit is jelentik számukra. Nem mondható el tehát, hogy a maslow-i hierarchiában alsóbb szinten levő szükséglet ne jelentene motiváló tényezőt. Sőt, amikor motivációs faktorokat soroltunk fel az alanyoknak, jellemzően nehéz volt számukra a rangsorolás, vagyis valamilyen szinten minden tényező motiválja őket, nagy bennük a változatosság, a fejlődés iránti igény, amit meg tud nekik adni a szervezet, de nem tud megadni az egyetemi oktatás.

Az egyetemi oktatás alapvetően meghatározza, hogy milyen tulajdonságok alakulnak ki az Y generációsoknál. Elmondható, hogy a lexikális tudás megszerzésére épülő oktatási rendszerünk nagyban különbözik a külföldi, képességek fejlesztésére épülő rendszerektől, így ebből kifolyólag sem alakulhatott ki a nemzetközi viszonylatban (főleg amerikai) ismert Y generáció. Erre azonban meg lenne az igény a mai fiatalságban, nem részesülnek gyakorlati oktatásban, amit alapvető fontosságúnak tartanak pedig, illetve úgy gondolják, hogy az egyetem önmagában nem elegendő ahhoz, hogy nagyobb eséllyel induljon a munkaerőpiaci versenyben, mint társai. Tucat képzéssel állunk szemben, aminek nagy része hiányolja a gyakorlatiasságot, így lehetőségként merül fel a diákokban – külső, vagy belső indíttatásra, hogy csináljanak valami pluszt. Mi a diákszervezetekhez való csatlakozást vizsgáltuk, de alanyainknak, elmondásuk alapján is, lett volna lehetőségük például munkát vállalni is. Ezt azonban sokan nem támogatják, mert nem látnak egy gyakornoki pozícióban akkora kihívást, lehetőséget és változatosságot, mint diákszervezeti tagságukban és munkájukban. Sőt, azt gondolják, most élnek, most van idejük, most kell kipróbálniuk mindent, amit csak szeretnének, és ami hozzásegíti őket ahhoz, hogy eldöntsék, a lehetőségek tárházából mit választanak majd maguknak, mi lesz az ő pályájuk. Ezt ugyanis sokan nem tudják, arra viszont törekednek, hogy megismerjék, fejlesszék önmagukat és közelebb jussanak a célhoz.

Emellett azért is próbálnak ki ennyi mindent, mert szeretik a változatosságot. Az azonban többségükről nem mondható el, hogy tudatosan szélesítenék portfóliójukat, legalábbis a fiatalabbaknál kevésbé, az idősebbeknél már annál inkább előjön, hiszen ahogy közelebb kerülnek a végzéshez, fontossá válik számukra.

Emellett a vállalati oldal képviselőnek megkérdezésével az volt a célunk, hogy bepillantást nyerhessünk abba is, hogy a „másik oldal”, vagyis az Y generációsok munkáltatói hogyan vélekednek erről a csoportról. Valamelyest megerősítést vártunk tőlük feltevésünk azon részére, hogy valóban létezik egy ilyen igény a vállalatok részéről, hogy a frissen a munkaerőpiacra kilépő egyetemisták mögött tanulmányaikon kívül egyéb tapasztalatok is álljanak. Ezt beigazolódni láttuk, hiszen mind a négy vállalati interjúalanyunk egyöntetűen előnyben részesítette az egyetemi tanulmányok kiegészítését, ezek közül is főként a diákszervezeti tagságot. Az általunk megkérdezettekkel folytatott interjúk során többször előkerült az is, hogy egyfajta külső „nyomást” is éreznek arra vonatkozóan, hogy az egyetem mellett csináljanak valami mást, amely nyomás mintegy látens módon jelent meg számukra, hiszen nem voltak képesek definiálni azt, vagy eredetét meghatározni. Véleményünk szerint ez a munkáltatók fent nevezett elvárásával lehet összefüggésben, melyet ha nem is kommunikálnak nyíltan, maga a tény, hogy akár az egyetemet kiegészítő plusz tevékenység szűrőfeltétel egy önéletrajz során, jelen van a munkaerőpiacon.

Továbbá a vállalati oldal által képviselt vélemény megerősített minket abban is, hogy az Y generáció valóban jelen (ha nem is teljesen egységes módon) van a munkaerőpiacon, a munkaadók tudatosan kezelik őket, és készülnek fel a velük kapcsolatos esetleges nehézségekre, az előző generációkkal szembeni különbségeikre. Továbbá kézzelfogható „élményeik”, tapasztalataik vannak erre a generációra nézve, melyek alapján jobb szakmai felkészültség, elhelyezkedésüket illető nagyobb fokú rugalmasság, ön-eladás, önmenedzsment jellemzi az Y generációt elődeikhez képest. Markáns tulajdonságuk továbbá, az „általános műveltségben” való elmaradás, közéleti érdeklődés hiánya, illetve bár nagyon jó munkaerőnek számítanak, a Maslow által definiált önmegvalósítási szintet a munkahelyükön nem képesek elérni, nem tudnak kiteljesedni itt. (Vialto)

Fenntartásokkal kezelve mondhatjuk el, hogy a nemzetközi (amerikai) értelemben vett Y generáció van jelen Magyarországon, a Corvinuson és kutatási alanyaink körében. Továbbá a motivációval kapcsolatos feltevéseinket is csak részben tudjuk elfogadni, ugyanis mint kutatásunkból kiderült, a fiatal hallgatók diákszervezetekhez való csatlakozásának motivációi között első sorban a közösséghez tartozás szerepel. A csatlakozáskor nem tudatosul bennük,

illetve nem számít motiváló erőnek számukra a hosszabb távú előnyök elérése (nagyobb esélyek garantálása a munkaerőpiacra lépéshez a diákszervezetekhez való csatlakozással). Továbbá kutatásunk másik részében – a munkáltatói oldal megkérdezésével – viszont teljes mértékben beigazolódott az a feltevésünk, hogy a diákszervezeti tagság előnyt jelent egy-egy pozícióra való jelentkezéskor.

Összességében elmondhatjuk, hogy a hallgatóknak is fel kellene ismernie ezt a lehetőséget, és kihasználni ezt az „adut”, ami a kezükben van, hogy ezáltal akár közelebb kerülhessenek a nemzetközi szakirodalomban is ismert tudatos és ambiciózus Y generáció terminológiához.

5. Kitekintés, további kutatási javaslatok

Véleményünk szerint az általunk végzett kutatás a téma csak egy nagyon apró szeletét fedi le. Azonban ezen dolgozat keretein belül nem volt lehetőségünk további kutatási irányokat bevonni, olyan különféle okokból kifolyólag, mint a terjedelmi, időbeli, erőforrásbeli korlátok. Így a továbbiakban javasoljuk a kutatás megismétlését kevésbé korlátos módon, vagy még inkább érdemesnek tartjuk annak kibővítését.

Tisztában vagyunk például azzal, hogy a nem véletlen mintavételi technikák használata során az eredmények torzulhatnak, hiszen nem általánosíthatunk az egész sokaságra, mivel az alanyok mintába kerülésének valószínűsége az alkalmazott technikának köszönhetően nem egyértelműen meghatározható. Ennek áthidalására, és az általánosításhoz szükséges véletlen technikákkal történő kutatásra azonban nincs reális esély anyagi erőforrás hiányában (Malhotra, 2001).

Érdekesnek tartanánk a témát olyanok között megvizsgálni, akik például az egyetemi oktatás kiegészítéseként nem egy diákszervezetet választottak, hanem dolgoznak tanulmányaik mellett. Nekik vajon mi az elsődleges motivációjuk erre nézve (pénz vs. tapasztalat, könnyebb boldogulás a jövőben?), mit jelent egyáltalán számukra az egyetem, ha oly sokan közülük akár 30 órás munkát is elvállalnak, ami egyben azt is jelenti, hogy szinte alig járnak be az órákra, stb. (főleg mesterszakos hallgatók esetében)?

Úgy gondoljuk, a kutatást ki lehetne bővíteni más, különböző profilú diákszervezetekre is akár (pl. szakkollégiumok), nem kizárólag egyetlen vizsgálatára, melyből láthatóvá válna, hogy mennyiben egyezik meg, és mennyiben különbözik az eltérő szervezetek tagjainak csatlakozási motivációja, a hallgatók velük szembeni elvárásai.

Dolgozatunk megírásának kezdeti fázisában még terveztünk egy olyan jellegű kitekintést, melyben az Y generációs AIESEC-es hallgatók motivációira vonatkozó eredményeinket összevetettük volna az X generációhoz tartozó ex diákszervezeti tagok egykori csatlakozási motivációival. Ez a kutatás véleményünk szerint igen jól szemléltette volna a generációk közötti különbségeket, az eltérő szemléletmódot.

További irányvonalakként jelöljük meg más egyetemek bevonását (olyanokat elsősorban, ahol van AIESEC), mely annak vonatkozásában lenne izgalmas kérdés, hogy van-e különbség az azonos generációhoz tartozó hallgatói közösség csatlakozási céljain belül a tekintetben, hogy melyik egyetemre járnak. Illetve jelen dolgozatunkban szintén nem esett túl sok szó a „legfrissebb”, a Z generációról, akik egyébként még jelenleg tinédzser korban vannak, ők nevezhetők tulajdonképpen a mai „fiatalságnak”. Azonban ők hamarosan fel fognak nőni, és szintén ki fognak kerülni a munkaerőpiacra, tehát a téma abszolút releváns és aktuális, érdemes már most vizsgálni elvárásaikat, feltárni még mélyebben a megelőző generációval szembeni eltéréseket (ahogy erre egyre több példát láthatunk már a szakirodalomban). Mindezek mellett a kutatás kibővíthető az egyének szintjén arra vonatkozóan is, hogy van-e különbség a vidéki és a budapesti hallgatók csatlakozási motivációiban, illetve mennyire változik meg (ha változik egyáltalán) a csatlakozáshoz képest a diákszervezetben eltöltött évek során a tagok motivációja.

6. Források

- AIESEC BCE (2010): Kik vagyunk mi? *AIESEC.hu/BCE*, http://aiesec.hu/bce/news.php?id=103&aiesec=kik_vagyunk_mi_&lang=hu (letöltve: 2012. március 25.)
- Bakacsi, Gyula (2011): *Motiváció*. Szervezeti magatartás c. tárgy 2011. március 1-i előadása, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástudományi Kar, Vezetés és szervezés mesterszak, I. félév.
- Bakacsi, Gyula et al. (2004): *Szervezeti magatartás és vezetés*. Aula, Budapest, 147-148. o.
- Bauer, András – Berács, József – Kenesei, Zsófia (2007): *Marketing alapismeretek*. Aula, Budapest, 48-52. o.
- Bokor, Attila (2007): Létezik-e itthon Y generáció? *Vezetéstudomány*, 38. évf., 2. szám, 2-21. o.
- Bokor, Attila et al. (2009): Emberi erőforrás menedzsment. 1.2.2. fejezet: Értékrend és a generációk, Aula, Budapest, 33-34.o.
- Crampton, Suzanne M. – Hodge, John W. (2009): Generation Y: Uncharted territory. *Journal of Business Economics & Research*, 2009 április, 7. évf., 4. szám, 1-6. o.
- Csaposs, Noémi (2012): Létezik-e a magyar Y-generáció? *HVG Karrier Plusz kiadvány*, 2012, 132-135.o.
- Fülöp, Zsuzsa (2012): Y-generáció. *HVG Karrier Plusz kiadvány*, 2012, 46-48.o.
- Hudra, Móni (2010): „A lét elviselhetetlen könnyűsége”, avagy a posztadoleszcencia mint jelenkori társadalmi probléma. Kézirat., In: Szalai, Erzsébet (2011): *Koordinátákon kívül – Fiatal felnőttek a mai Magyarországon*. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest, 211-221.o
- Ismeretlen szerző (2008) [online]: Félig strukturált interjú. *Ipsos.hu*, <http://www.ipsos.hu/site/felig-strukturalt-interju/> (letöltve: 2012. március 11.)
- Juhász, Márta – Takács, Ildikó (2006): *Pszichológia*. Typotex, Budapest, 62-64. oldal, http://books.google.hu/books?id=_-4XlDm7KagC&pg=PA62&lpg=PA62&dq=maslow+motivációs+piramis&source=bl&ots=q_A4BEpWLz&sig=UmWOl6R8HBFD0Yo9Y2h-

SFiLEvE&hl=hu&sa=X&ei=_zlmT86CMMbPsgbDypGIBg&sqi=2&ved=0CIIBEogBM
A0 (letöltve: 2012. március 16.)

Lewis, R. A. (2005). Organizational behavior meets Generation X and Y – A practical approach.
Healthpronet.org,

www.healthpronet.org/about/Organizational_Behavior_Meets_Generation_X_and_Y.ppt

(letöltve: 2012. március 13.)

Lyon, Ethan (2010a): Examining Generation X stats, demographics, segments, predictions.
Sparxoo.com, [http://sparxoo.com/2010/03/01/examining-generation-x-stats-](http://sparxoo.com/2010/03/01/examining-generation-x-stats-demographics-segments-predictions/)

[demographics-segments-predictions/](http://sparxoo.com/2010/03/01/examining-generation-x-stats-demographics-segments-predictions/) (letöltve: 2012. március 4.)

Lyon, Ethan (2010b): Examining Generation Y stats, demographics, segments, predictions.
Sparxoo.com, [http://sparxoo.com/2010/02/26/examining-generation-y-stats-](http://sparxoo.com/2010/02/26/examining-generation-y-stats-demographics-segments-predictions/)

[demographics-segments-predictions/](http://sparxoo.com/2010/02/26/examining-generation-y-stats-demographics-segments-predictions/) (letöltve: 2012. március 4.)

Malhotra, Naresh K. (2001): *Marketingkutató*. Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 10-11.
fejezet, 360-428. old.

Matthews, Virginia (2008): 10 myths about Generation Y. *Personnel Today*, szeptember 16., 32.o.,
ABI/INFORM Global, <http://search.proquest.com/docview/229897240?accountid=15545>
(letöltve: 2012. március 13.)

McCrindle, Marc – Wolfinger, Emily (2010): Az XYZ Ábécéje. A nemzedékek meghatározása.
In: *Korunk*, 3. évf., 11. szám, november, 13-18. o.,
http://korunk.org/letoltlapok/Z_RKorunk2010november.pdf (letöltve: 2012. március 4.)

McCrindle, Mark – Wolfinger, Emily (2011): Word up - a lexicon and guide to
communication in the 21st century. *Halstead Press*, Ultimo N.S.W., In: Szarka, Dóra
(2011): *Z generáció – a jövő munkavállalói*. HR Portál.hu,
<http://www.hrportal.hu/hr/z-generacio-a-jovo-munkavallaloi-20111102.html> (letöltve:
2012. március 4.)

Peda.blog.hu (2010) [online]: Anagramma-pedagógia. *Peda.blog.hu*,
http://peda.blog.hu/2010/09/18/anagramma_pedagogia_sonkaval_etetes (letöltve:
2012. március 24.)

Prensky, Marc (2001): Digitális bennszülöttek, digitális bevándorlók. *Goliat.eik.bme.hu*,
http://goliat.eik.bme.hu/~emese/gtk-mo/didaktika/digital_kids.pdf (letöltve: 2012.
március 4.)

- Sindelyes, Dóra (2009): Milyen generációk tagjai vagyunk? *Hirekhirek.network.hu*, http://hirekhirek.network.hu/blog/hirek_hirek_hirek_klub_hirei/milyen-generaciok-tagjai-vagyunk (letöltve: 2012. március 4.)
- Szalai, Erzsébet (2011): *Koordinátákon kívül – Fiatal felnőttek a mai Magyarországon*. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest, 211-221.o
- Szarka, Dóra (2011): Z generáció – a jövő munkavállalói. *HR Portál.hu*, <http://www.hrportal.hu/hr/z-generacio-a-jovo-munkavallaloi-20111102.html> (letöltve: 2012. március 4.)
- Szilágyi, Katalin (2010) [online]: Új motivációs eszközök kellenek az Y generációhoz. *HR Portál.hu*, <http://www.hrportal.hu/hr/uj-motivacios-eszkozok-kellenek-az-y-generaciohoz-20101108.html> (letöltve: 2012. március 4.)
- Tari, Annamária (2010): *Y generáció – Klinikai pszichológiai jelenségek és társadalomlélektani összefüggések az információs korban*. Jaffa, Budapest
- Welsh, Mary-Jeanne (2010): Gen Y Anatomy Lesson: They're not alien, just different. *Pennsylvania CPA Journal*, 2010 ősz, 81. évf., 3. szám, 24. o., ABI/INFORM Global, <http://search.proquest.com/docview/859082657?accountid=15545> (letöltve: 2012. március 14.)

7. Felhasznált irodalom

- Bánfai, Károly (2011): „Nyolcvanas” vagy? Az elveszett nemzedék tagja? *HVG.hu*, http://hvg.hu/velemeney/20110121_nyolcvanasok_ertekvesztes_erasmus (letöltve: 2012. március 13.)
- Bauer, Béla et al. (2009): Ifjúság2008 – Gyorsjelentés. *Mobilitás.hu*, www.mobilitas.hu/uploads/.../ifjusag2008_gyorsjelentes_090520.pdf (letöltve: 2012. március 13.)
- Bokor, Attila et al. (2010): Karrierváltók Magyarországon. *Vezetéstudomány*, 41. évf., 2. szám, 18-44. o.
- Eisner, S. P. (2005): Managing generation Y. (cover story), *SAM Advanced Management Journal*, 70. évf., 4. szám, 4-15.o, <http://phobos.ramapo.edu/~seisner/Managing.htm> (letöltve: 2012. március 13.)
- Healy, R. (2008): *Crystal ball: 10 ways Generation Y will change the workplace.* *Brazencareerist.com*, <http://www.brazencareerist.com/2008/05/23/crystal-ball-10-ways-generation-y-will-change-the-workplace/> (letöltve: 2012. március 13.)
- Ismeretlen szerző (2011): Az álláskeresés globalizációjával a magyar munkavállalók is egyre távolabbra tekintenek. *Kellyservices.hu*, <http://www.kellyservices.hu/HU/Cegunkrol/Az-allaskereses-globalizaciojaval-a-magyar-munkavallalok-is-egyre-tavolabbra-tekintenek/> (letöltve: 2012. március 13.)
- Kiss, Csaba (2011b): *Motivációelméletek.* Szervezeti magatartás c. tárgy 2011. március 23-i szemináriuma, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástudományi Kar, Vezetés és szervezés mesterszak, I. félév.
- Lyon, Ethan (2010c): Examining Generation Z stats, demographics, segments, predictions. *Sparxoo.com*, <http://sparxoo.com/2010/02/23/examining-generation-z-stats-demographics-segments-predictions/> (letöltve: 2012. március 4.)
- Somlai, Péter (2008): Kérdéstől kérdésig, avagy mit nem jelent a múlt a tizennyolc éveseknek. (p. 189-197.), In: Somlai Péter (2008): *Társas és társadalmi*, Válogatott tanulmányok, Napvilág, Budapest
- Steiner, J. (2007). Six steps for guaranteeing Generation Y productivity. *Highbeam.com*, <http://www.highbeam.com/doc/1G1-166095086.html> (letöltve: 2012. március 14.)

Sulyok, Anna (2003): *Az Y generáció elérésének titka*. BGF KKFK Elektronikus Könyvtár,
http://elib.kkf.hu/edip/D_10719.pdf (letöltve: 2012. március 13.)

Tulgan, B. – Martin, C. A. (2001): Managing Generation Y—part 2. *Businessweek.com*,
http://www.businessweek.com/smallbiz/content/oct2001/sb2001105_229.htm (letöltve:
2012. március 13.)

8. Mellékletek

1. Melléklet.

Generációk különböző elnevezései.

Építők (1945 előtt születtek)	Boomerek (1946-64)	X generáció (1965-79)	Y generáció (1980-1994)	Z generáció (1995 után születtek)
Szerencsés generáció	Baby-boomerek	A lehetőségek generációja	Ezredfordulások	Zed-ek (ausztrál angol terminus)
Veteránok	Jones-gentráció (fordulat-gentráció)	Post-boomerek	Net-gentráció	Zee-k (amerikai angol terminus)
Pre-boomerek	Stressz-gentráció	Baby-busterek	Dot.com-gentráció	Ezredfordulások
A csend generáció (túl fiatalok vagy túl öregek voltak ahhoz, hogy az I. vagy a II. világháborúban harcoljanak)	Szendvics-gentráció	Léhák	Visszhang-boomerek	Az új ezredfordulások
Takarékos generáció	Az új generáció	Lamentáló generáció	iGeneráció	iGeneráció
Háború előtti generáció	Az én generáció	MTV-gentráció	Google-gentráció	Net-gentráció
Depresszió-gentráció	Szerelem-gentráció	A huszon-harmincvalahányasok	Myspace-gentráció	C-gentráció
Beat-nemzedék	Az elveszett generáció	A backend-boomer generáció	Mypod-gentráció	Kód-gentráció
GI-gentráció	Háborús csecsemők nemzedéke	A végzetes nemzedék	Nintendó-nemzedék	Tartalom-nemzedék
Szeniorok	„Leading-edge boomers”	X-ek	Cinikus generáció	Neo-Disney-nemzedék
Háborús generáció	„Trailing-edge boomers”	Az azutáni nemzedék	A hálózatba kapcsolt generáció	Vista-gentráció
A hős nemzedék	A beatnikek	A különbség-gentráció	A digitális bennszülöttek	A futurista generáció
Booster-nemzedék	A hippik	A reménytelenség bűzébe burkolt generáció	Click’n go-kölykök	Vállalati generáció
Konzervatívok	A legrosszabb nemzedék	Bumeráng-gentráció	Új WhY generáció	Új csendes generáció
Az arany öregek	Most-nemzedék	2000-es generáció	C-gentráció	Játékosok nemzedéke
	TV-nemzedék	X generációs férfiak/nők	Tartalom-nemzedék	A szülőháza nemzedéke
	Spock-	Jones-gentráció	Celeb-gentráció	Túlöregedő

nemzedék	(fordulat-generáció)	generáció
Vietnam-nemzedék	Kulcsos gyerekek	Kód-generáció
Diszkó-nemzedék	13. nemzedék (csak USA esetében)	Apatikus generáció
Az áttörés nemzedéke	Tweenerek	Y gen
Generációs szakadék	Pepsi-generáció	Gen Y
		Ház nélküli generáció
		Zöld generáció

Forrás: McCrindle – Wolfinger (2010).

2. Melléklet

A generációk munkaélettel kapcsolatos jellemzői.

	Veteránok (1946 előtt született)	Baby Boomerek (1946-1964)	X generáció (1965-79)	Y generáció (1980-1994)
Technológia	Nem jártas az új technológiákban, képezni kell.	Nem szokott hozzá, hogy rábízza magát az új technológiákra, ellenáll.	Technológiaőrült, a legújabbat akarja.	Internet az alapvető kommunikációs eszköz, megszokta az interaktív megoldásokat.
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.
Irányítás	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.
Viszony a 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.
Lojalitás	Magától értetődő, kiemelt értéknek véli.	Lojalitás, 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.
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 motivációkat.
Javadalmazás	Lojalitása miatt hosszú távon számol.	Lojalitása miatt hosszú távon számol.	Azonnali jutalmazást vár, nem hisz a munkahelyi biztonságban.	Teljesítmény alapú bérezést igényel, saját piaci értékének figyelembevételével.
Munkavégzés	Fegyelmezett, sorba rendezi feladatait.	Szeret specializálódni, outputorientált, csapatmunka fontos.	Értékes projekteket akar végezni, ugyanakkor pragmatikus: nincsen túl sok elvárása a munkával szemben.	Teljesítményorientált, világos elvárásokat igényel.

Értékek és munkamorál Lewis (2005) alapján	- elköteleződés és áldozat - kemény munka - hatalom iránti tisztelet - szabályhűség - kötelesség az élvezet előtt - engedelmesség és konformitás, szemben az individualizmussal - életkor alapú szenioritás - autoriter vezetés	- optimista - csapatfókusz - személyes fejlődés - bevonás, részvétel - konfliktuskerülő - érzékeny a visszajelzésre - elítéli, aki másként gondolkodik	- diverzitás - globális gondolkodásmód - egyensúly - technológiai műveltség - informalitás - önbizalom - „Ez csak egy munka” - rugalmas munkaidő, informális munkakörnyezet, csak a megfelelő mennyiségű felügyelet - „multi-tasking” - sok munkát adni nekik és megadni a szabadságot, hogy úgy csinálja, ahogy szeretné	- optimista - magabiztos - teljesítményorientált - barátkozó természet - erkölcsiség - diverzitás - kitartás, állhatatosság - hősi lelkület - „multi-tasking” - technológiai hozzáértés, sőt hozzáértés az információhoz - nehézség a nehezen kezelhető emberi problémák kezelésében - közös cselekvés
Jellemző kulcsszavak Bokor (2007) alapján	- szervezeti hierarchia - bürokrácia elfogadása	- lojalitás - anyagiasság	- sikerorientáltság - individualizmus	- függetlenség - tanulás/fejlődés - személyes és munkavilág egybeolvadása, munkahely megfiatalítása - munka és magánélet egyensúlya - áldozatvállalás elutasítása - virtuális közösségek

Forrás: Bokor (2007), Bokor et al. (2009) és Lewis (2005) alapján.

3. Melléklet.

Egyes tulajdonságok választásának gyakorisága.

Saját korosztály jellemzése	Gyakoriság	Előző generáció jellemzése	Gyakoriság
1. Anyagias	81	1. Családorientált	82
2. Nyitott	58	2. Felkészült	50
3. Elégedetlen	51	3. Óvatos	49
4. Független	45	4. Anyagias	43
5. Individualista	40	5. Tudatos	41
6. Törtető	38	6. Megbízható	39
7. Tudatos	36	7. Magabiztos	38
8. Tág érdeklődési körű	34	8. Elégedetlen	37
9. Vállalkozó kedvű	33	9. Bizalmatlan	34
10. Bizalmatlan	29	10. Vállalkozó kedvű	27
...	...	...	...
28. Önfeláldozó	6	28. Közösségorientált	7
29. Érzékeny	6	29. Etikus	6
30. Szerencsés	3	30. Idealista	6
31. Családorientált	3	31. Szerencsés	6
32. Hagyománytisztelő	3	32. Sokoldalú	6
33. Etikus	0	33. Informális	5
34. Kiegyensúlyozott	0	34. Nagyképű	3

Forrás: Bokor (2007: 16).

4. Melléklet.

Szűrőkérdőív mélyinterjúhoz.

1. Dolgozol-e vagy dolgoztál-e, illetve bármelyik családtagod az alábbi területek valamelyikén?

- | | |
|------------------------|----------|
| 1. reklám | igen-nem |
| 2. piackutatás | igen-nem |
| 3. közvélemény-kutatás | igen-nem |

HA BÁRMELYIK KÉRDÉSRE IGENNEL VÁLASZOL, FEJEZD BE.

2. Melyik évben születted (hány éves vagy)?

- | | |
|--|------------------|
| 1. 1980 előtt, 30-asok (X generáció) | FEJEZD BE |
| 2. 1980-1994 között, 20-asok (Y generáció) | FIGYELD A KVÓTÁT |

3. Mikor csatlakoztál az AIESEC-hez?

- | | |
|-------------------------------------|------------------|
| 1. Kevesebb, mint 1 hónapja (newie) | FIGYELD A KVÓTÁT |
| 2. Több, mint 1 hónapja (oldie) | FIGYELD A KVÓTÁT |

4. Hányad éves voltál, mikor csatlakoztál az AIESEC-hez?

- | | |
|--------------------|---------------------------------|
| 1. Elsőéves | FIGYELD A KVÓTÁT |
| 2. Másodéves | FIGYELD A KVÓTÁT |
| 3. Harmadéves | FIGYELD A KVÓTÁT |
| 4. Negyedéves | FIGYELD A KVÓTÁT |
| 5. Ötödéves | FIGYELD A KVÓTÁT |
| 6. Több, mint 5 év | FIGYELD A KVÓTÁT és az ÉLETKORT |

5. Részt vettél az elmúlt hat hónapban piackutatásban?

- | | |
|---------|--------------------|
| 1. igen | FEJEZD BE |
| 2. nem | HÍVD MEG INTERJÚRA |

HA A MEGKÉRDEZETT AZ ÖSSZES SZŰRŐFELTÉTELNEK MEGFELEL, HÍVD MEG INTERJÚRA. KÉRD EL AZ ADATAIT. BIZTOSÍTSD ARRÓL, HOGY ADATAIT HARMADIK SZEMÉLYNEK NEM ADJUK KI, VÁLASZAIT ANONIM KEZELJÜK. NE FELJETSZ EL ELKÉRNI A TELEFONSZÁMÁT ÉS AZ E-MAIL CÍMÉT.

5. Melléklet.

Vezérfonal-javaslat mélyinterjúhoz.

Bemelegítés (3 perc)

- A moderátor bemutatkozik, megköszöni az interjúalanyának, hogy eljött.
- Beszél a mélyinterjú menetéről, elmondja, hogy nincsenek jó vagy rossz válaszok, szeretné, ha az interjúalany kifejtene a véleményét.
- Ismerteti a témát.
- Tájékoztatja az alanyt arról, hogy a beszélgetést rögzíti, a válaszokat anonim használja fel.
- A kutatást TDK-ként dolgozza fel.
- A moderátor és az interjúalany megismerkedése, 3-4 mondatban beszélnek magukról, esetleg kölcsönösen elmesélik, mit csináltak aznap.

Demográfia, háttér információk (5 perc)

Moderátor: Most lenne egy pár operatív kérdésem, illetve beszélnék rólad, a családdról egy kicsit.

- Habár az interjúalany az előzetes szűrésen már átment, az információk ismételt ellenőrzését támogatjuk, ezért megkérdezzük az alábbiakat:
 - *Melyik évben születél? Hány éves vagy? [1980-1994 között született (Y generáció)]*
 - *Hol laksz?*
 - *Van-e hobbid? Mi? Miért szereted?*
 - *Alap- vagy mesterszakos vagy a Budapesti Corvinus Egyetemen? Hányadik éved a jelenlegi? Milyen karra, szakra jársz?*
 - *Melyik diákszervezetnek vagy tagja? Esetleg több diákszervezet vagy emellett szakkollégium tagja is vagy? (jelenleg is tagja az AIESEC-nek, vagy ezt kiegészítve más diákszervezetnek)*
 - *Mióta vagy tagja a diákszervezetnek?*
 - *Az egyetemen, illetve a diákszervezet mellett dolgozol is esetleg? Hol? Mi az oka ennek?*
- *Családi háttér vizsgálata: Mi a szüleid foglalkozása? Van testvéred? Idősebb, fiatalabb? Dolgoznak már, vagy még tanulnak?*
- *Van-e vagy volt-e a családdban olyan, aki tagja volt diákszervezetnek, vagy akár jelenleg is tagja? Ha igen, melyiknek?*

Fő kérdéskör tárgyalása

1. Beszéltessük magáról – Y generáció (10 perc)

Most beszéljünk rólad egy kicsit.

Kiragadott kérdés: *Hallottál már az Y generációról? Ha igen, mit? Fel tudnál sorolni néhány tulajdonságot, amely őket jellemzi? Összehasonlítva ezzel magadat, tulajdonságaidat, mennyire érzed magad köztük tartozónak?*

Fülöp (2012) alapján:

- *Van saját honlapod?*
- *Írsz blogot?*
- *Gchat-elsz/skype-olsz a barátaiddal?*
- *Van okostelefonod? Milyen funkciókat használsz rajta leggyakrabban? Szoktál rajta internetezni? Milyen oldalakat nézel leggyakrabban? (pl. Facebook, Twitter, stb.)*
- *Nézel a Youtube-on videót?*
- *Töltöttél már le filmet?*
- *Fenn vagy Facebookon, Twitteren? Beszélsz a barátaiddal a Facebookon?*
- *E-mailben kommunikálsz a szüleiddel? Gchat-elsz a szüleiddel?*

- *Meséld el kérlek, hogyan képzeled el magad 10 év múlva. Milyen tulajdonságaid lesznek, mik lesznek a fő jellemzőid? (a munkának köszönhetően milyen tulajdonságok fognak nálad dominálni, miben erősít majd meg a munka?) Hol fogsz élni? (pl. itthon, külföldön) Tervezel családot addigra? Hol fogsz dolgozni (pl. multinacionális vállalat, kkv, saját vállalkozás, stb.)? Mivel fogsz foglalkozni, mi lesz a munkád? Milyen lesz a főnökkel, munkatársakkal a viszonyod? Csatában fogsz dolgozni, vagy egyedül? Mi motiválna az általad elképzelt munkában?*
- *Az alábbiak közül melyik motiválna téged a munkában, melyik nem? Kérlek, nevezz meg néhányat, és válaszodat indokold is meg! Ezek közül melyik motiválna a legjobban? Melyik motiválna a legkevésbé? Miért?* [elé tenni nyomtatva] (Fülöp (2012) alapján).
 - A rotációs vagy projektmunkák,
 - zöld iroda, környezettudatos gondolkodás,
 - atipikus foglalkoztatási formák, például távmunka,
 - rugalmas munkaidő,
 - fizetés,
 - partneri kommunikáció,
 - társadalmi felelősségvállalás fontossága,
 - önfejlesztés lehetősége, workshopok,
 - karriertervezés,
 - személyre szabott kommunikáció a vezetőktől,
 - szakmai példamutatás a vezető részéről,
 - személyre szabott erkölcsi elismerés, lojalitás erősítése,
 - brand- és csapatépítés.

2. Egyetemi oktatás (10 perc)

Most az egyetemi oktatásról fogunk beszélni.

- *Miért a BCE-n való továbbtanulást választottad?*
- *Hogy érzed magad a Közgázon? Szeretsz ide járni? Miért igen/nem?*
- *Azt kaptad az egyetemről, amit vártál? Mennyire vagy elégedett vele? Ha nem, min változtatnál? Mi lenne az ideális számodra? Igényelsz-e mást, mint amit kapsz?*
- *Gyakorlatias oktatásban részesülsz a szakodon, karodon a Közgázon? Szereted/Szeretnéd, hogy gyakorlatias oktatásban részesülsz/részesülj? Miért (nem) tartod ezt fontosnak?*
- *Elégnek tartod az egyetemi oktatást ahhoz, hogy munkát találj, miután végeztél, illetve hogy helyt állj a jövőben a munkaerőpiacon?*

3. Motivációk a diákszervezet(ek)hez való csatlakozásra (45 perc)

Beszéljünk most a diákszervezetekről általában, illetve arról, mi motivált a csatlakozásban.

Kiragadott kérdés: *Szerinted miért csatlakoznak a veled egykorúak manapság diákszervezetekhez?*

- *Mi a véleményed a diákszervezetekről? Mi a hasznuk? Jó-e hogy vannak?* (mindezek általánosan értelmezve, nem az adott szervezetre, ahol az alany tag)
- *Miről szól szerinted, mi a célja az AIESEC-nek/másik diákszervezetnek? Szerinted kik csatlakoznak a szervezetbe?* (másik diákszervezet: arra vonatkozik, ha az alany az AIESEC mellett még más szervezetnek is tagja párhuzamosan)
- *Hol/kitől hallottál róla?*
- *Miért akkor csatlakoztál, amikor?*
- *Mi motivált, hogy csatlakozz?* (pl. közösség, szakmai elmélyülés, tudás bővítése, gyakorlatiasság, vezető képességek kamatoztatása, külföld, stb.)
- *Külső vagy belső driver tesztelése: Te szerettél volna csatlakozni, vagy volt valakinek hatása/befolyása a döntésedre? Kinek?* (pl. család – apa, anya, testvér tag (volt), munkaadók elvárásai, a többi egyetemista is tag, barátok, stb.)
- *Rangsorold kérlek az alábbi lehetséges motivációs tényezőket abból a szempontból, milyen fontosak voltak számodra a csatlakozásnál. Válaszodat kérlek indokold! (1 – legfontosabb, 12 - legkevésbé fontos):*
 1. Személyes fejlődés
 2. Gyakorlatiasság, gyakorlati tudás megszerzése, képességek, fejlesztése
 3. Felelősségvállalás
 4. Közösséghez tartozás
 5. Csapatmunka
 6. Szakmai tudás elmélyítése, tudásbővítés, szakmai közösség
 7. Leadership, menedzsment képességek kamatoztatása
 8. Karrier megalapozása
 9. Külföldi környezet, nyelvismeret
 10. Kapcsolati háló építése
 11. Elismerés a külső környezet által (pl. munkaerőpiac, egyetemisták, család, barátok)
 12. Példakép követése (pl. diákszervezeti alumni, ismerősök, stb.)
- *Milyen rendszeres tevékenységeket végeztek az AIESEC-ben/másik diákszervezetekben? Neked mi a szereped? Átlagosan mennyi időt foglalja/foglalják le a diákszervezet(ek)?* (naponta és hetente)
- *Csapatban dolgozol? Tagja vagy-e csapatnak? Milyennek?*
- *Töltöttél már be vezető pozíciót az AIESEC-en/másik diákszervezeten belül? Mi motivált a magasabb pozíció betöltésére?*
- *Véleményed szerint miért csatlakoznak a diákok diákszervezetekhez manapság?*
- *Mit mondanál diáktársadnak, miért csatlakozzon általában/a saját diákszervezet(ed)hez?*
- *Kevesebbnek éreznéd magad, ha nem lennél diákszervezet tagja?*
- *Mi a fontosabb neked, az egyetemi tanulmányok vagy a diákszervezethez csatlakozás?*
- *Van-e olyan a szervezet(ek)ben, aki csúszik a tanulmányaival? Véleményed szerint miért lehet ez? Miért éri meg nekik szerinted? És neked mi a véleményed erről, te*

hogyan állsz ehhez hozzá? (pl. elutasítom, mert elsősorban egyetemre járok, az egyetem fontos nekem; ha kapok olyan pozíciót, bevállalnám a csúszást, stb.)

- *Véleményed szerint mire tudod felhasználni az itt (a szervezetben) megszerzett ismereteket? Válaszodat indokold, kérlek! (Létrázással lehet folyamatosan kérdezni, hogy miért fontos az számára, amit mond.)*
 - *rövid távon* (a mindennapokban, az egyetemi tanulás során, órákon, beadandóknál, stb.)
 - *hosszabb távon* (mire fogja tudni felhasználni az egyetem végeztével, esetleg a későbbi munkája során)
- *Mi a legfőbb pozitívum/negatívum számodra a diákszervezeti tagságban?*
- *Melyek voltak a csatlakozáskor az előzetes elvárásaid? Megkaptad őket?*
- *Miért egy diákszervezetet választottál ezek elérésére? Szerinted lett volna más lehetőséged is, hogy ezekre szert tegyél? Ha igen, hol?*

4. Y generáció vs. többi generáció vizsgálata harmadik személy-technikával (25 perc)

Egy kis kreatív „játék” következne.

- **Megszemélyesítés:** Képzeld el Tamást (1979-ben született, 33 éves), a BKÁE-n (Budapesti Közgazdasági és Államigazgatási Egyetem) végzett G Karon. Jelenleg egy multi cégnél dolgozik a beszerzés osztályon. Pozíciója szerint menedzser 10 fő alatti beosztottal. Szereti a személyes meetingeket, a beosztottaival is éppen ezért szeret személyesen találkozni, a videokonferenciát, a telefonos és a Skype beszélgetéseket szükséges rossznak tartja. Minden feladatot személyesen beszélne meg a beosztottakkal, e-mailben nem szeret delegálni. A fontosabb e-mailjeit mindig kinyomtatja. Szereti, ha a beosztottjai szem előtt vannak, nem preferálja a távmunkát. Értékes projekteket szeret végezni, ugyanakkor pragmatikus: nincsen túl sok elvárása a munkával szemben. Kevésbé teljesítményorientált, mindig azt teljesíti, amit elvárnak tőle, nem többet. A Facebookon csak azért van fenn, hogy ne maradjon ki az eseményekből, de az aktív használatától elzárkózik. A közeljövőben megrendezendő képességfejlesztő tréningre azért megy el, mert úgy érzi, hogy ez kell ahhoz, hogy előbbre jusson a cégben, sikeres és elismert legyen, nem azért megy a tréningre, hogy önmagát fejlessze. Nem szereti, amikor szóvá teszi a beosztottja, hogy nem volt beleszólása a döntési alternatívák kialakításába, de ez nem jelenti azt, hogy ne támogatná a demokratikus döntéshozást.
- *Szívesen lennél a munkatársa Tamásnak, dolgoznál vele egy csapatban? Miért (nem)? Lennél a beosztottja? Miért (nem)?*
- *Ha saját magadról kellene egy ilyen leírást adnod, te hogy néznél ki? Lennének közös tulajdonságaid Tamással? Mik lennének az eltérések?*
- *Szerinted milyen diákszervezet tagja volt Tamás, ha volt? Miért?*
- *Az alábbi tulajdonságok közül válassz ki 5-öt, amiről úgy gondolod, jellemző rád, 5-öt, ami a veled egykorúakra, 5-öt, ami nem jellemző rád. Kérlek, indokold választásodat! [elé tenni a nyomtatott listát] (Bokor (2007) alapján):*

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. anyagias | 14. etikus |
| 2. nyitott | 15. kiegyensúlyozott |
| 3. elégedetlen | 16. felkészült |
| 4. független | 17. óvatos |
| 5. törtető | 18. megbízható |
| 6. tudatos | 19. magabiztos |
| 7. vállalkozó kedvű | 20. közösségorientált |
| 8. bizalmatlan | 21. idealista |
| 9. önfeláldozó | 22. sokoldalú |
| 10. érzékeny | 23. informális |
| 11. szerencsés | 24. nagyképű |
| 12. családoorientált | 25. csapatjátékos |
| 13. hagyománytisztelő | |

- *Most válassz ki 5-öt, amiről úgy gondolod, jellemző a 30-40-esek generációjára. Kérlek, indokold választásodat!*

5. Befejezés (2 perc)

Elérkeztünk a beszélgetés végéhez.

- *Van-e bármi, amit még szeretnél elmondani?*
- Megköszönni a beszélgetést és átadni az ajándékot.

6. Melléklet.

Interjúkérdések a vállalati alanyokhoz.

1. Hogyan vélekedik a [Cég] általánosságban az Y generációról (pl.: mostani friss diplomások), mint munkaerőről?
2. Más, mint a korábbi generációk? Ha igen, miben? Ezt pozitívnak vagy negatívnak ítélik meg a [Cégnél]?
3. Melyek Ön szerint az Y generáció erősségei, gyengeségei, lehetőségei, veszélyei?
4. Preferálják a [Cégnél], ha valaki diákszervezeti tag volt egyetemi/főiskolai éve alatt?
Miért?

7. Melléklet.

Egyes tulajdonságok választásának gyakorisága.

Önkép gyakoriság		Saját korosztály gyakoriság		30-40-es korosztály gyakoriság	
1. érzékeny	6	1. közösségorientált	6	1. elégedetlen	7
2. megbízható	6	2. elégedetlen	5	2. anyagias	6
3. tudatos	5	3. vállalkozó kedvű	5	3. családorientált	5
4. nyitott	4	4. nyitott	4	4. bizalmatlan	4
5. családorientált	4	5. független	4	5. óvatos	4
6. közösségorientált	4	6. anyagias	3	6. tudatos	2
7. etikus	3	7. bizalmatlan	3	7. vállalkozó kedvű	2
8. vállalkozó kedvű	2	8. törtető	2	8. önfeláldozó	2
9. óvatos	2	9. magabiztos	2	9. hagyománytisztelő	2
10. sokoldalú	2	10. sokoldalú	2	10. közösségorientált	2
11. csapatjátékos	2	11. informális	2	11. független	1
12. elégedetlen	1	12. kiegyensúlyozott	1	12. törtető	1
13. törtető	1	13. felkészült	1	13. etikus	1
14. bizalmatlan	1	14. idealista	1	14. megbízható	1
15. szerencsés	1			15. idealista	1
16. felkészült	1			16. sokoldalú	1

Forrás: saját táblázat Bokor (2007: 16) alapján.

8. Melléklet

Melyek szerinted az Y generáció erősségei, gyengeségei, lehetőségei, veszélyei?

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
▪ rugalmasság, alkalmazkodó készség ▪ technikai tudás ▪ „global mindset”, mobilitás ▪ innovativitás, kreativitás ▪ tettekkészség ▪ tudatosabb célmeghatározás ▪ hatékonyabb kommunikáció ▪ nemzetközi nyitottság ▪ használható tudás ▪ erősebb nyelvtudás	▪ angolon kívüli nyelvek magasabb szintű ismerete ▪ alázat, lojalitás ▪ megbízhatóság ▪ karrier-tudatosság ▪ nem reális elvárások (javadalmazás, fizetés) ▪ szigetszerű ismeretek ▪ proaktivitás hiánya („korábban minden ismeret ’tálcán’ érkezett”) ▪ felelősségvállalás elutasítása, késői karrierépítés
LEHETŐSÉGEK	FENYEGETETTSÉGEK
▪ hajlandó többet vállalni, mint ami a kötelezően előírt ▪ innovációs hajlam – könnyebben kihasználja a lehetőségeket ▪ innovációt serkentik azáltal, hogy behozzák ismereteiket a szervezetbe, és meg is osztják azt ▪ a munkavállaló megtartásáért invesztálni szükséges a minél jobb vállalati környezet megteremtésébe	▪ türelmetlenség ▪ „gyökértelenség” ▪ nem tudatosan választ munkahelyet ▪ hamar elveszíti a motivációját ▪ túlzott individualizmus

Forrás: saját ábra (2012) a vállalati képviselők válaszai alapján.