



# ”Z” GENERÁCIÓ

## AVAGY LIKE EGY ÉLETEN ÁT

DIGITÁLIS NEMZEDÉK ÉS A DIGITÁLIS IFJÚSÁGI MUNKA C. KONFERENCIA  
2019.10.02.

EFOP-5.2.2-17-2017-00007

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

Európai Unió  
Európai Szociális  
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

# HOL JÁRUNK, HOL TARTUNK MOST? KIK ŐK?

„Évtizedek óta a generációs megosztottságot a technológia határozta meg, és minden generáció egyre korruptabbnak tekintette a következőt. A Z generáció azért van itt, hogy ezen változtasson. A Millenáris tengerimalacokkal ellentétben a Gen Z teljesen belemerült egy technológiai világba, ahol a vezetékes telefonok és még a CD-k fogalma sem ismerős. Az ilyen stimuláló környezetben történő fejlődés egy nagyon egyedi fajt hoz létre - egy olyan generációt, amely rendkívül különbözik attól, amelyet valaha láttunk.”

*Kiera Samuels*



# HOL JÁRUNK, HOL TARTUNK MOST? KIK ŐK?

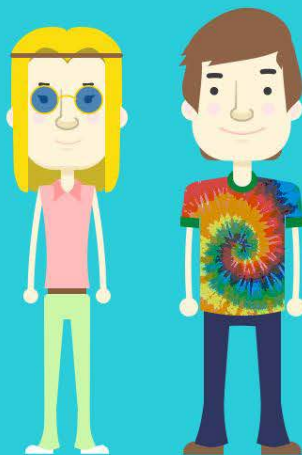
## BABY BOOMERS

(1946-1960)



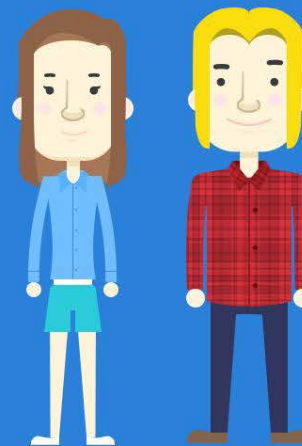
## Generation X

(1961-1980)



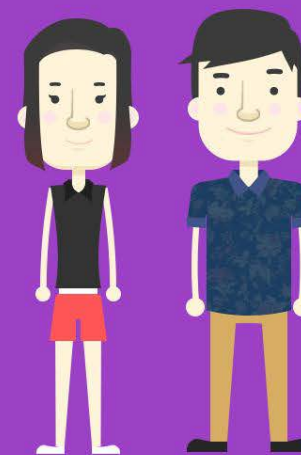
## Generation Y

(1981-1995)



## GENERATION Z

(Born after 1995)



# HOGY BESZÉLNEK? HOGYAN KOMMUNIKÁLNAK?

gyors kommunikációs készség → *figyelem és koncentrációcsökkenés,*  
énközpontú világnézet és gondolkodás,  
kérdéseiket általában a mondatok végén jelzik,  
”szmájli”-s érzelemkifejezés, ”szmájli”-s mondataalkotás,  
gyakori „hamis” érzelemkifejezés,  
gyakori helyesírási hibák,  
”új” rövidítések,  
„mindenhez is értő” magatartás → *túlértékelt önbizalom*



# MIT KERESNEK A MUNKÁBAN? MIT TARTANAK FONTOSNAK?



# MIT KERESNEK A MUNKÁBAN? MIT TARTANAK FONTOSNAK?





# MIT KERESNEK A MUNKÁBAN? MIT TARTANAK FONTOSNAK?



Powered by  
iimjobs | hirist  
.com | .com



# EGY „KIS” STATISZTIKA

adatbázis: RYMAX, ANTEVENIO

A középiskolát végzők 61 %-a kíván vállalkozó lenni, nem pedig munkavállaló.

22%-uk kíván valamilyen vezetői pozíciót betölteni.

73%-uk fogadja el a 40 órás munkahetet, mindemellett 42%-uk 2 vagy 3 munkát is szívesen betöltene.

Csak 25%-uk tartja hasznosnak adni, mint kapni, és 25%-uk vesz részt önkéntes munkában.

50%-uk kíván felsőoktatásban továbbtanulni.

A felsőoktatásban végzett hallgatók 32%-a aggódik azon, hogy lesz-e munkahelye, annak ellenére, hogy 79%-uk 5 hónapon belül el tud/ vagy el fog helyezkedni.

Családjaik 93%-a szerint a generáció hatással van a bevásárlási szokásaikra.

Becslések szerint 55%-uk rendelkezik valamilyen szociális fiókkal, és több, mint 70%-uk valamilyen okoskészülékkel.

29%-uk heti 10 óránál többet tölt telefonjával.



Szociális média világába születtek, használjuk mi is azokat!

Nagyobb hitelesség a digitális források iránt!

Tér-idő konvergencia!

A társadalmi köröket ne korlátozza a fizikai távolság!

Hitelesség!

# „TANULJUNK MEG” KOMMUNIKÁLNI, ISMERJÜK MEG A NYELVÜKET...

👨‍👩‍👧‍👦 🔄

🌃 🌙 🌃 🌙 😴 😴 😴

🌃 ⬆️ 🍓 🌳 🍂 🍁

🔊 🌃 🐞 🍷 🏠

👉 🤔 🧩 ➡️ 🚫 ✝️

# ... ÉS HA MEGISMERTÜK, HASZNÁLJUK MI IS BÁTRAN! ZÁRKÓZZUNK FEL HOZZÁJUK!



Családi kör



Este van, este van: kiki nyugalomba!



Feketen bólingat az eperfa lombja,



Zúg az éji bogár, nekimegy a falnak,



Nagyot koppan akkor, azután elhallgat.



# KÖSZÖNÖM MEGTISZTELŐ FIGYELMÜKET!

**SZÉCHENYI**  2020



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

Európai Unió  
Európai Szociális  
Alap



**BEFEKTETÉS A JÖVŐBE**