

## **A „Z generáció” címke – Jogos félelmek vagy lehetőség a megújulásra?**

### **Bevezetés**

A rendőrség hatékony működésének segítéséhez tudományos szempontból két fontos tényezőt kell figyelembe venni. Az egyik a szervezet múltja, történelme, annak megismerése, hogy miként alakult meg a jelenlegi rendszer. A másik pedig a jövőre, a várható kihívásokra való tudatos készülés.

Jelen írás terjedelme nem teszi lehetővé, hogy a történelmi kitekintéssel behatóan foglalkozhassunk, így a fókusz a jelen és a nem túl távoli jövő egyik nagy kihívásán van, ez pedig a munka világába éppen belépni készülő Z generáció kérdésköre.

A témakör nehezen körvonalazható, hiszen tudományos értelemben nincs egységesen definiálva már az sem, hogy pontosan kik tekinthetők egy generációba tartozónak. A „Z”-ről való tudásunk tehát még meglehetősen csekély, annak ellenére, hogy a kutatók egyre többet foglalkoznak velük, hiszen az oktatást már minden szempontból kihívások elé állították. Joggal feltételezhető tehát, hogy a jövőben a szervezetek életében is fontos szerepük lesz és fel kell tudnunk készülni a fiatalok elvárásaira, képességeire, világnézetére – meg kell tanulnunk velük kommunikálni azért, hogy képesek legyünk együtt élni és dolgozni. De vajon mit is takar a „Z generáció” címkéje? Tényleg annyira mások ők, mint az idősebbek vagy egyszerűen csak adaptálódtak ahhoz a világhoz, amelyet teremtettünk?

Jelen írás elsődleges célkitűzése a Z generáció tulajdonságainak tudományos alapokon nyugvó ismertetése, majd annak megválaszolása, hogy

vajon jelenlegi ismereteink tükrében inkább tartanunk kell-e attól, hogy átformálják a jelenlegi rendet, avagy éppen ők azok, akik révén egyfajta, a már idősebbekre is pozitívan ható megújulás köszönt ránk.

### **„Ezek a mai fiatalok...!”**

„Mai fiatalok” mindig is voltak és mindig is lesznek az emberiség történetében. Az idősebbek és fiatalok közt húzóó feszültségek természetesen<sup>1</sup>. Csakhogy eme frázis mellett napjainkban az is elhangzik, hogy „ebben a rohanó világban” minden felgyorsult, átalakult, megváltozott, sőt! Ezen kifejezések múlt idejű használata immáron szinte nem is lehetséges, hiszen minden folyamatosan gyorsul, minden folyamatosan átalakul és minden folyamatosan változik. Nincs megállás, pörögnek az események. De a fejlett világ ilyen léptékű fordulatszám-növekedése a XX. századi technológiai forradalom, és különösen az infokommunikációs technológia korábban elképzelhetetlen fejlődésének az eredménye. A múlt század azonban (sőt, a múlt évezred) még nincs tőlünk olyan távol. Többségünk még az offline világban született, így emlékszik arra, hogy milyen volt a világ azelőtt, hogy minden és mindenki egyetlen szempillantás alatt elérhetővé vált volna online.

Csakhogy ez a XXI. század, és egyben a harmadik évezred. Már felnőtt és lassan a munkaerőpiacra is belép egy olyan nemzedék, egy olyan generáció, akik Marc Prensky<sup>2</sup> közkeletű (bár vitatható<sup>3</sup>) kifejezésével élve a „digitális világ bennszülöttjei”, miközben az idősebb generációk „bevandorlóként” kénytelenek szembesülni azzal, hogy asszimilációjuk nem volt tökéletes. Az új generáció nyelvét még mindig akcentussal beszélik, így a kommunikációban is fennakadások lehetnek – márpedig a kommunikációs stíluson sok múlik. Többek között a szervezeti egységek hatékony együttműködése, a megfelelő információáramlás, és általában a kooperáció<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Besenyei, 2016

<sup>2</sup> Prensky, 2001

<sup>3</sup> Besenyei, 2016

<sup>4</sup> Bencsik, Horváth-Csikós és Juhász, 2016

Éppen ez az oka annak, hogy foglalkoznunk kell a fiatalokkal, ugyanis ha nem figyelünk oda kellőképpen a megváltozott kommunikációra, ha nem törekszünk arra, hogy idősebb és fiatalabb is értse egymást, annak szervezeti szempontból számos, a hatékonyságot csökkentő káros hatása lehet. Nem is szólva arról, hogy a szervezeteknek már most azon kell töprengeniük, hogy vajon miként szólíthatják meg a fiatalokat, mit tudnak ajánlani munkájukért cserébe?

A fejlett világ általános problémája a társadalmak elöregedése, az első gyermek vállalási idejének kitolódása, a vállalt gyermekek átlagos számának csökkenése. Ebből logikusan következik, hogy belátható időn belül eljöhethet az az idő, amikor több foglalkoztatottra van szükség, mint ahányan összesen a munkaerőpiacon vannak. Ez nem csak a munkaerő bevonását, de megtartását is nehezíti, hiszen meg kell találni azokat a motivátorokat, azokat az incentiveket<sup>5</sup>, amelyek révén a fiatalok maradásra bírhatók.

Különösen izgalmas ez a kérdés a rendvédelem területén, hiszen a rendőrség egy olyan szervezet, amely számára az állandóság a természetes<sup>6</sup>, és amely ugyanakkor lojalitást vár el<sup>7</sup>. Tőzsér és munkatársai a generációk szervezeten belüli és szervezeten kívüli együttélését olyan, eddig ismeretlen problémaként említik, amely a szervezet önmagáról alkotott képére éppúgy hatással van, mint arra, amely a külvilág szemében tükröződik<sup>8</sup>.

Mindenképpen fontos beszélnünk az egyes generációk sajátosságairól és az egymáshoz való kapcsolódási lehetőségeikről, ugyanakkor, ha időt szánunk a fiatalabb generáció megismerésére rájöhethetünk, hogy a rendőrség szervezete számos olyan tulajdonsággal bír, amelyek miatt igen vonzóvá válhat a fiatalok szemében. Elöljáróban elmondható, hogy ez természetesen nem jelenti azt, hogy a szervezetnek ne lenne szüksége bizonyos fokú

---

<sup>5</sup> Az incentivevek külső ingerek, ösztönzők, amelyek egy személy viselkedését valamilyen cél irányába terelik. Vannak olyan egyszerűbb incentivevek, mint példának okáért egy étel illata, de a fizetés, a kapcsolatainkban kapott elismerések is incentivevek lehetnek. Természetesen vannak negatív incentivevek is, amelyek éppen elkerülésre ösztönöznek – ilyen lehet például egy kellemetlen illat, de egy munkahely esetében ilyen lehet az arról kialakult általánosan negatívan vélemény is.

<sup>6</sup> Finszter, 2013

<sup>7</sup> Paoline, 2003

<sup>8</sup> Tőzsér, Fridrich és Borbély, 2017

alkalmazkodásra, ugyanakkor a változások, amelyeknek elébe néz olyan újítások, amelyek a már bent lévő, aktív generációkra is pozitív hatással lehetnek.

## **Generációk, nemzedékek, korosztályok**

A nemzedékek születési idő alapján történő korszakolása nem újszerű jelenség. Már az ókori szövegekben is találtak utalásokat rá<sup>9</sup>. Az azonos időpontban születettekre, mint közösségre való tekintés voltaképpen a magyar nyelvben korosztályként írható le<sup>10</sup>. Manapság mégis a generáció kifejezés a legelterjedtebb, sőt kimondottan felkapott változat. Ennek a trendnek az elindítója az Egyesült Államokban élő és dolgozó Strauss és Howe szerzőpáros, akik születési idejük alapján adták meg a generációs kategóriákat<sup>11</sup> (a ma használatban lévő elnevezések: veteránok, baby-boomerek, X, Y, Z és alfa). A generációs együvé tartozás lényege, hogy bizonyos közös tapasztalatok, élmények, események alapján egyfajta laza, mégis meghatározó kapcsolat alakul ki az egyének között<sup>12</sup> - vagyis a generációk egymástól szociológiai értelemben térnek el<sup>13</sup>. (A teljesség kedvéért meg kell jegyeznünk, hogy a generációk vizsgálata multidiszciplináris és az egyes szerzők nem definiálják egységesen a fogalmat.<sup>14</sup>)

Bármely generációval foglalkozó irodalmat, kutatást vesszük is elő, minden esetben meghatározzák, hogy a születési idő függvényében mettől-meddig tart egy generáció. Fontos tudnunk, hogy a valóságban a határ nem ilyen éles, így – különösen a generációk váltásának ideje körül születettek között – elképzelhető, hogy valaki akár két generáció jellemzőjét is magán viseli, illetve nem olyan élesen jelennek meg esetében a tudományok által leírt, vagy a médiában terjesztett jellemzők. A Strauss és Howe által megadott dátumok lehet, hogy csupán az országukra jellemzők, ettől a magyar

---

<sup>9</sup> Meretei, 2017

<sup>10</sup> Szabó és Kiss 2013

<sup>11</sup> Strauss és Howe, 1991

<sup>12</sup> Törőcsik, Szűcs és Kehl, 2014

<sup>13</sup> Kurai és Suhajda, 2015

<sup>14</sup> Meretei, 2017

korszakolás lehet valamelyest eltérő, hiszen a mi társadalmunk törésvonalait sokáig egészen más események és élmények alakították.<sup>15</sup> A generációs kérdésfeltevések tehát lehetnek nemzet specifikusak, illetve pontos elkülönítésük a kutatói kérdések mentén alakul ki.<sup>16</sup> Ugyanakkor szembe kell néznünk a ténnyel, hogy a globalizáció révén ez a jelenben már nem feltétlenül marad igaz, elvégre egyre inkább az azonos élmények és tapasztalatok alakítják a fiatalokat.

### **„Homo Globalis” – másként: Z generáció**

A technológia fejlődése azt eredményezte, hogy a bolygó bármely pontjáról bárki elérhet bármit, így szükségképp ugyanazok a tartalmak lehetnek és lesznek azok, amelyek a fiatal generációk tagjait – akik már születésüktől kezdve részesei az online világnak – meghatározóan formálják.

A Z generáció (más néven például: IT generáció<sup>17</sup>, R (responsible) generáció<sup>18</sup>, bedrótzott vagy C (Connection) generáció<sup>19</sup>, de Magyarországon lehetne akár posztoszocialista generáció is<sup>20</sup> stb.) az első globális generáció, ha úgy tetszik: a „homo globalis”, akik megközelítőleg ugyanazon a zenén, kultúrán, divaton és értékek közepette nőttek fel.<sup>21 22 23</sup> Egyben ők azok, akik épp most kezdenek el megjelenni a munkaerőpiacon, így egyre több kutatás foglalkozik velük (és a még mindig igen fiatalnak tekinthető Y generációval).<sup>24</sup> A globalitást támasztja alá egy nemrégiben lezajlott kutatás is, amely hét európai ország 596 fiatalját vizsgálva, csupán kis eltéréseket kapott a vizsgált kérdésekben (a vizsgálat két fő kérdése az volt, hogy

---

<sup>15</sup> Hack-Handa és Pintér, 2015

<sup>16</sup> Szabó és Kiss, 2013

<sup>17</sup> Besenyey, 2016

<sup>18</sup> Kissné András, 2013

<sup>19</sup> Pais, 2013

<sup>20</sup> Róbert és Valuch, 2013

<sup>21</sup> Bencsik, Horváth-Csikós és Juhász, 2016

<sup>22</sup> Törőcsik, Szűcs és Kehl, 2014

<sup>23</sup> Pais, 2013

<sup>24</sup> Bencsik, Horváth-Csikós és Juhász, 2016

az oktatás miként segíti elő a fiatalok szakmai pályára való felkészülését, illetve hogy milyen preferenciáik vannak a munkahellyel kapcsolatban).<sup>25</sup>

A munkaerőpiacon jelenleg négy generáció (a baby-boomer, az X, az Y és immáron kisebb számban a Z) van jelen<sup>26</sup>, s bár már az Y generáció is sokszor okozhat fejtörést a szervezeteknek a Z-ről való eddigi tudásunk, tapasztalatunk mind arra figyelmeztet, hogy a szervezeteknek változtatniuk kell. Már kialakult sztereotípiák vannak velük kapcsolatban (én-közpon-túak, tiszteletlenek, motiválatlanok stb.)<sup>27</sup>, de vajon miként is foglалható össze mindaz, amit eddig ténylegesen tudunk róluk?

## **Z generáció a kutatások tükrében**

Tény, hogy magyar nyelvű szakirodalmak szerint is rendkívül profin kezelik a legfejlettebb elektronikus eszközöket<sup>28 29 30</sup>, sőt egyszerre többet is használnak egyidejűleg, több funkcióval – közkeletű kifejezéssel élve ez a multitasking.<sup>31</sup> Ez számukra olyan alapvető tudás, vagy ha úgy tetszik kompetencia, hogy sokszor értetlenül szemlélik azokat a náluk idősebbeket, akik valamit nem tudnak elsajátítani. Számukra ez a legegyszerűbb dolog a világon, hiszen mindig is jelen volt az életükben. Már az iskolapadba való bekerülést megelőzően is használták ezeket az eszközöket, sőt mi több: saját eszközeik modernebbek, mint amivel az oktatás keretein belül találkozhatnak.<sup>32</sup>

Egy 2013-as magyar tanulmány szerint sok időt, átlagosan napi 5-6 órát fordítanak a médiaeszközök használatára (az általuk használt legnépszerűbb programok: közösségi oldalak, csevegőprogramok, fájl- és videómegosztók), miközben az olyan klasszikus tömegmédiák, mint a televízió vagy rádió a háttér média-használattá válnak, hiszen a legnépszerűbbek a

---

<sup>25</sup> Havlíček, Dömeová és Hlavatý, 2018

<sup>26</sup> Meretei, 2017

<sup>27</sup> Havlíček, Dömeová és Hlavatý, 2018

<sup>28</sup> Duga, 2013

<sup>29</sup> Kissné András, 2013

<sup>30</sup> Pais, 2013

<sup>31</sup> Kissné András, 2013

<sup>32</sup> Duga, 2013

mobilhordozók, különösképpen az okostelefonok. Médiatudatosságuk fokozott, a reklámokat például tudatosan kerülik – ugyanakkor hajlamosak arra, hogy alábecsüljék az időt, amit a médiumokra és eszközhasználatra szánnak.<sup>33</sup>

A mobiltelefonok azért is fontosak, mert az infokommunikációs technológia révén kialakult új szociális közösség ez által lesz elérhető és megosztható – ugyanakkor a generáció tagjai tudományos értelemben nem tekinthetők függőnek eszközeiktől.<sup>34</sup>

Az internet révén elvárják, hogy minél gyorsabban jussanak hozzá naprakész információkhoz<sup>35</sup>, bár a hiteles információk kiválasztása és a kritikai gondolkodás már okozhat problémát.<sup>36</sup> A tartalmak megosztása természetes része mindennapjaiknak, s egy, az Instagram felhasználói között végzett 533 fős elemzés kimutatta, hogy az 1995 és 2012 között születettek a tartalmak közül leginkább a fotókat osztják meg.<sup>37</sup> Komoly elvárásaik is vannak azonban az okostechnológiák révén – egy viszonylag szerény mintájú (38 fős) kvalitatív adatokon nyugvó kutatás az Egyesült Királyságban arra a következtetésre jutott, hogy tudatosabb vásárlók elődeiknél, vélhetően azért, mert elvárják, hogy a technológia olyan információkhoz segítse őket, amelyek révén informált döntést képesek hozni.<sup>38</sup> Ez is mutatja, hogy – miként arra a magyar tanulmányok is rámutatnak – alapvetően gyakorlatiasak<sup>39 40 41</sup>, intelligensek.<sup>42</sup> Viszont nem szeretnek elmélyülni egy bizonyos témában, érdeklődésük sokkal inkább nevezhető szerzteágazónak.<sup>43</sup> Figyelmük így nem köthető le hosszabb távon<sup>44</sup> (sőt, mivel ingerküszöbüket az

---

<sup>33</sup> Guld és Maksa, 2013

<sup>34</sup> Ozkan és Solmaz, 2015a

<sup>35</sup> Törőcsik, Szűcs és Kehl, 2014

<sup>36</sup> Duga, 2013

<sup>37</sup> Kollí, Salavatian és Khajeheian, 2018

<sup>38</sup> Priporas, Stylos és Fotiadis, 2017

<sup>39</sup> Törőcsik, Szűcs és Kehl, 2014

<sup>40</sup> Bencsik, Horváth-Csikós és Juhász, 2016

<sup>41</sup> Pais, 2013

<sup>42</sup> Bencsik, Horváth-Csikós és Juhász, 2016

<sup>43</sup> Duga, 2013

<sup>44</sup> Törőcsik, Szűcs és Kehl, 2014

őket érő ingeráradat jelentősen feljebb emelte, így már felkelteni sem egyszerű<sup>45</sup>), a képeket és az ábrákat a szöveggel szemben – amelyhez nincs is igazán türelmük – előnyben részesítik.<sup>46</sup>

Ugyanakkor minden tekintetben kritikusak is és kevés modellt fogadnak el maguknak a felnőttek közül (saját generációjukat megbízhatóbbnak ítélik)<sup>47</sup>, nem kedvelik az autoritást viszont élvezik a függetlenséget<sup>48</sup>, személyes szabadságuk rendkívül fontos számukra annak ellenére is, hogy életüket folyamatosan megosztják.<sup>49</sup> Az iskolákban jól megfigyelhető, hogy a tanár a szemükben már messze nem a tudás kizárólagos birtokosa, társaiktól, fórumokból előbb kérdeznak.<sup>50</sup> Kezdeményezőkések és bátrak.<sup>51</sup>

Egy Magyarországon végzett, kétezer főt országosan érintő kutatás eredményei alapján saját bevallásuk szerint a többség tudatosan tervezi életét, a tanulás és a karrier tervezése foglalkoztatja őket.<sup>52</sup>

## **Z generáció és a munka világa**

A munka világában jelenleg több generáció is aktív. Jellemzően a baby-boomerek, valamint az X és Y generáció tagjai vannak jelen egy szervezetben, ahova fokozatosan már most elkezdtek bekerülni a Z generáció első képviselői is. A magyar szabályzók értelmében az aktív munkavállalók között akár 46 évnyi korkülönbség is lehetséges. Ez mindenkitől alkalmazkodást kíván.<sup>53</sup>

Vajon egyértelmű-e a mai világban, hogy ki kit tanít? Régebben egyértelmű volt, hogy az idősebbek segítették, tanították a fiatalokat, átadták tudásukat, tapasztalatukat, de ma megесik, hogy egy fiatalabb könnyebben és gyorsabban lát át egy helyzetet, vagy könnyebben oldja azt meg. Ennek

---

<sup>45</sup> Soós, 2013

<sup>46</sup> Prensky, 2001

<sup>47</sup> Töröcsik, Szűcs és Kehl, 2014

<sup>48</sup> Ozkan és Solmaz, 2015b

<sup>49</sup> Pais, 2013

<sup>50</sup> Duga, 2013

<sup>51</sup> Pais, 2013

<sup>52</sup> Bittner, Kehl és Szűcs, 2013

<sup>53</sup> Kurai és Suhajda, 2015



egyik oka nyilvánvalóan abban a korábban is ismertetett tényben keresendő, hogy a modern világ eszközeivel rutinosabb kapcsolatot ápolnak, könnyebben kiigazodnak hardveresen és szoftveresen egyaránt (technikai és nem mellékesen nyelvi ismereteik miatt egyébként jó munkaerők<sup>54</sup>, hiszen ezt a fajta tudást a munkáltatók is egyre inkább elvárják<sup>55</sup>). Ugyanakkor a Z generáció nem önző, sőt, egy 276 főt érintő törökországi vizsgálat eredményei szerint közvetlen elődeiknél segítőkészebbek<sup>56</sup>, így feltételezhető, hogy bizonyos esetekben ők adnak át tudást a náluk idősebbeknek – vagyis megfigyelhetővé válik egyfajta fordított szocializációs tendencia is.

Egy magyarországi kérdőíves kutatás eredményeként elmondható, hogy a megkérdezettek (összesen 186 fő) jelentős része inkább előnyösnek látja a több generáció kapcsolatát, hiszen a fiatalok naprakész tudása ötvöződhet ezáltal a tapasztalatokkal. Persze ez nem jelenti azt, hogy ne jelennének meg ellentétek is a generációk között, ám ezek jellemzően a kommunikációból, a személyiségbeli különbségekből, az eltérő szocializációból adódnak.<sup>57</sup>

Eddigi ismereteink alapján a Z generáció tagjai kevésbé preferálják az otthoni munkavégzés lehetőségét az irodaival szemben<sup>58</sup>, amelynek oka – a magyar és külföldi tanulmányok alapján – vélhetően az, hogy sokkal inkább prioritás számukra a munka és magánélet egyensúlyának megteremtése<sup>59</sup> <sup>60</sup> <sup>61</sup>, a másik pedig, hogy a kapcsolatok ápolása rendkívül fontos a számukra.<sup>62</sup> <sup>63</sup> <sup>64</sup> Egy korábban már hivatkozott nemzetközi tanulmány szerint a munkahelyen inkább mentorokra vágnak, akikkel nyíltan lehet

---

<sup>54</sup> Bencsik, Horváth-Csikós és Juhász, 2016

<sup>55</sup> Duga, 2013

<sup>56</sup> Ozkan és Solmaz, 2015b

<sup>57</sup> Kurai és Suhajda, 2015

<sup>58</sup> Ferincz és Szabó, 2014

<sup>59</sup> Bencsik, Horváth-Csikós és Juhász, 2016

<sup>60</sup> Kissné András, 2013

<sup>61</sup> Ozkan és Solmaz, 2015b

<sup>62</sup> Ferincz és Szabó, 2014

<sup>63</sup> Havlíček, Dömeová és Hlavatý, 2018

<sup>64</sup> Pais, 2013

kommunikálni és akiktől rendszeres visszajelzéseket kapnak.<sup>65</sup> Fontos lehet ugyanakkor az is, hogy legyenek meg bizonyos formalitások, mint például a munkához való kiöltözés, vagy az odaérkezés ráhangolódásának rutinja.<sup>66</sup> A fiatalok hajlamosak úgy látni, hogy a munkavállaló a munkáltatónak kiszolgáltatott<sup>67</sup>, a generáció egy része tart is a munkanélküliségtől<sup>68</sup>, talán ez is az egyik oka annak, hogy egy magyar vizsgálatban úgy találták, hogy a reprezentatív mintájú válaszadók (közel 2000 fő) alig valamivel kevesebb, mint 40%-a szerint a munkahely biztonsága még a jövedelemnél is fontosabb.<sup>69</sup>

Más szempontból viszont fontos számukra a munkahely rugalmassága, a karrier-lehetőség és a boldogság is – ha valahol boldogtalannak érzik magukat valószínűleg hajlamosak lesznek könnyebben tovább állni.<sup>70</sup> Fontos számukra az újdonság<sup>71</sup>, a kaland<sup>72</sup> így nem meglepő, hogy nem szeretik a monotonitást.<sup>73</sup>

A potenciálisan gyors munkahelyváltások ugyanakkor demoralizálóan hatnak az idősebb generáció tagjaira is<sup>74</sup>, így a szervezetek egyre nagyobb nyomás alá kerülnek a tekintetben, hogy miként is válnak meggarthatókká „ezek a mai fiatalok”.

A Z generáció és a munka világának kapcsolata a fentiek tükrében igen csak érdekes témakörnek ígérkezik. Mire is van tulajdonképpen szüksége egy Z generációhoz tartozó fiatalnak a leendő munkahelyén? Eddigi ismereteink alapján a válasz az lehet, hogy „*A fiataloknak egyszerre van szükségük formális struktúrára, mely biztosítja a munkavégzés keretét, ezen struktúrában belül pedig a rugalmasságra.*”<sup>75</sup>

---

<sup>65</sup> Havlíček, Dömeová és Hlavatý, 2018

<sup>66</sup> Ferincz és Szabó, 2014

<sup>67</sup> Bittner, Kehl és Szűcs, 2013

<sup>68</sup> Bencsik, Horváth-Csikós és Juhász, 2016

<sup>69</sup> Bittner, Kehl és Szűcs, 2013

<sup>70</sup> Ozkan és Solmaz, 2015b

<sup>71</sup> Májer és Tóth, 2017

<sup>72</sup> Kissné András, 2013

<sup>73</sup> Ferincz és Szabó, 2012

<sup>74</sup> Májer és Tóth, 2017

<sup>75</sup> Ferincz és Szabó, 2014, 36. o.

## Z generáció és a rendőrség

A 2018-as évben az rendészeti oktatási intézmények jelentkezői között már olyanok is szerepeltek, akik a millenium idején látták meg a napvilágot. Szinte sokkoló lehet, hogy ők már egy új évezred szülöttei. Csakhogy a világot, amelyben felnőttek, javarészt mi, az idősebb generációk tagjai alakítottuk. Ők csak alkalmazkodtak hozzá és kihasználják az általa nyújtott lehetőségeket. Így végső soron a mi felelőségünk, hogy képesek legyünk megtalálni a közös hangot velük.

A rendőrség számos olyan lehetőséget kínál a mai fiatalok számára, amely okán igen vonzó pálya és munkahely lehet a szemükben. Vegyük most sorra ezeket.

Egyfelől, mint az a fentiekből is kitűnik a fiatalok érdekes, izgalmas, kalandos munkára vágnak, ahol a fontosak az emberi kapcsolatok. A rendőrségnél – ha némi szépítéssel is – mindez adott. Szépítésre azért van szükség, mert tudjuk, hogy a rendőri valóság távol áll a médiában mutatott, filmekben látható folyamatos pörgéstől, el kell ismerni, hogy vannak eseménytelen időszakok is a szolgálatellátások során. A munka viszont semmi esetre sem kiszámítható, és lehetőséget biztosít a szakmai fejlődésre, így az önkiteljesedés egy formája is lehet.

Fontos az is, hogy tudjuk: nincsenek magányos hősök, a rendőrnek mindig csapatban, de legalábbis egy társsal kell dolgoznia, és általában tudnia kell csapatban gondolkodnia. Szintén hatalmas előny, hogy rendkívül stabil szervezet – szinte közhelyes, de tény: rendőrré mindig is szükség volt és szükség lesz.

Ezek tehát olyan pontok, amelyekre a szervezet építkézhet – tudatos és a fiatalokhoz hitelesen szóló toborzás és oktatás révén.

Amit a szervezet egyelőre nem tud megadni – sok más szervezettel egyetemben – az a rendkívül fejlett technológiai háttér. Törekvések természetesen vannak, de akárcsak az oktatás keretein belül, itt is elmondható, hogy a magánéletben használt eszközök messze modernebbek lehetnek, mint a munka során alkalmazottak. A rugalmasság szintén érdekes kérdés, elvégre ez bizonyos munkakörök esetében nem okozhat gondot, míg mások kapcsán kivitelezhetetlen.

A Z generáció számára nem feltétlenül a fizetés lesz az elsődleges motiváló faktor – vannak olyan tényezők, amelyek viszont az általuk keresett boldogság és stabilitás szempontjából szintén lényegesek lehetnek. Ha az olyan elemek, mint a kiöltözés, vagy a munkába való megérkezés-onnan való távozás rutinja jelentős számukra, akkor nem elrugaszkodott ötlet azt feltételeznünk, hogy a munkahely komfortja fontos lesz számukra. A már ismertetett kutatások alapján látható az is, hogy a képi világ meghatározó a számukra, így hát fel kell tennünk azt a kérdést is, hogy vajon milyen „látványtervet” várnak majd el a munkaadótól? Vajon a szolgálati helyiségek, a szolgálati gépjárművek, vagy az egyenruhák képi világa megfelelő lesz a számukra, vagy ennek kapcsán is fontos teendők várnak ránk? A szervezet rendkívül nagy előnye, hogy feladata olyan, a társadalom szempontjából jól körvonalazható és hasznos tevékenység, amelyért megéri tenni, és amely lehetőséget ad az intrinzik motiváció szociálpozitív megélésére, de a toborzás szempontjából vajon mennyire kell a jelenben a jövőt mutatnunk? És mennyire kell a jelen valóságát, ha nem is futurisztikussá, de legalábbis innovatívabbá, csalogatóbbá tenni?

A belépők szempontjából ugyanakkor talán a legizgalmasabb kérdés, hogy mit tudnak kezdeni ezzel a jellegéből adódóan hierarchikus, parancsuralmi rendszerrel? Miként alakul esetükben a tekintély – hiszen az ő értelmezésükben a tiszteletet mindenkinek ki kell érdemelnie. Vajon lehet-e ebbe olyan rugalmasságot csempészni, ami a fiatalok hosszútávú megmaradását, mi több: boldogságát elősegíti úgy, hogy a szervezet alapvető jellege nem változik meg?

Úgy vélem vannak eszközök, amelyek segíthetnek. A gyakorlaton lévő tanulók jelenleg is kapnak mentort maguk mellé, akik tapasztalt rendőrök, és akik visszajelzést adhatnak számukra, egyúttal az addig tanult elméletek, jogszabályok gyakorlatba való átültetését is megmutathatják. A bevonódás, a szakmai gyakorlatok, tapasztalatok, életszerű példák mind olyan tényezők, amelyeket a fiatalok egyébként is fontosnak éreznek a felkészültségüket segítő. <sup>76</sup> A rendszerben jelenleg is működik teljesítmény-értékelés, ám a humán szakterület számára érdekes feladatot jelenthetne, hogy miként

---

<sup>76</sup> Havlíček, Dömeová és Hlavatý, 2018

lenne ez átalakítható, minél inkább objektíven az egyénre szabható. Szintén humánszakterületi – és persze jogszabályi – kérdéskör, hogy vajon az oktatás átalakítható-e a jelenleginél gyakorlatiasabbá, több intézkedéstaktikával, több gyakorló, de jelentős tapasztalattal rendelkező rendőr bevonásával? Ez a fajta lehetőség vélhetően az idősebbek számára is motiváló erővel bírna, hiszen tudásuk megbecsültségének egy újfajta módja lehetne.

Az 1. számú táblázatban látható egy SWOT elemzés, amelynek célja a rendőrség és a Z generáció viszonylatában meglévő erősségek, gyengeségek, lehetőségek és fenyegetettségek jobb átláthatóságának biztosítása a stratégia-alkotás segítésének érdekében.

	Pozitív	Negatív
Belső tényezők	<b>Erősségek (Strengths)</b> Érdekes, izgalmas munka Csapatmunka Stabil munkahely Egyértelmű társadalmi haszon	<b>Gyengeségek (Weaknesses)</b> Infrastruktúra Munkahelyi komfort Munka-magánélet optimális egyensúlya
	<b>Lehetőségek (Opportunities)</b> Szervezett toborzás Média megjelenés Mentorálás Szakmai gyakorlatok növelése az oktatás során Egyénre szabott teljesítményértékelés	<b>Fenyegetettségek (Threats)</b> Kiszámíthatatlan munkaterhelés Csökkenő munkaerő-létszám Növekvő munkaerő hiány Növekvő átlagéletkor

1. számú táblázat

## Összegzés

A rendőrségnek több fronton is érdemes lehet elgondolkodnia a jövőt illetően, de a jövő felé irányuló lépéseket mindenképp a jelenben kell megtennie. Más szavakkal már most fel kell készülni a fiatalok elvárásaira annak

érdekében, hogy toborzásuk, kiválasztásuk és szervezetben való megtartásuk eredményes legyen.

A Z generáció csak egy a sok újabb közül – hiszen már az alfa generáció képviselő is jelen vannak a társadalomban – és a fejlődés vélhetően nem áll meg, de még csak vissza sem lassul belátható időn belül.

Így végső soron lényegtelen, hogy milyen címkét teszünk a fiatalokra – a címkézéssel legjobb esetben elősegítjük a működések megértését, legrosszabb esetben infrahumanizáljuk<sup>77</sup> őket –, a lényeg, hogy a világ pörgő ritmusát felvéve folyamatosan és tudatosan készüljünk a jövőre.

## IRODALOM

**BESENYEI Lajos (2016).** A generációváltás forradalma. *Opus et Educatio* 3. évfolyam 4. szám, 371-378.

**BENCSIK Andrea, HORVÁTH-CSIKÓS Gabriella, JUHÁSZ Tímea (2016).** Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8 (3), 90-106.

**BITTNER Zoltán, KEHL Dániel és SZÜCS Krisztián (2013).** *Az országos megkérdezés eredményei. Kutatási jelentés.* Pécs, TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016. Tudománykommunikáció a Z-generációnak. letöltés helye: <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> letöltés ideje: 2018. július 3.

---

<sup>77</sup> Az infrahumanizáció voltaképp a dehumanizáció egy speciális altípusa. A dehumanizáció a csoportok közti torzítás azon szélsőséges formája, amely során a másik csoport tagjait emberi esszenciáiktól, vagyis mindattól a tényezőtől, ami egy személyt emberré tesz, megfosztják (éppen ezért a jelenség főleg a faji kérdésekkel hozzák összefüggésbe). Az infrahumanizáció lényege viszont az, hogy a komplex, vagy úgynevezett másodlagos érzelmektől fosztják meg a személyeket (ilyen másodlagos érzelem például a bűntudat), míg az ösztönösnek tekintett érzelmektől (ilyen lehet például az öröm vagy a düh) nem. Az infrahumanizáció nyelvet, nemzetet is érintő jelenség is lehet (Paladino, Leyens, Rodriguez, Rodriguez, Gaunt, és Demoulin, 2002), így tehát nem kötődik feltétlenül két csoport közti intenzív konfliktushoz. Azért érdekes és veszélyes is egyben, mert két csoport között próbál nyilvánvalónak látszó különbségek mentén növekvő szakadékokat képezni, természetesen mindig annak a csoportnak a javára, ahová az egyén tartozik.

**DUGA Zsófia (2013).** *Tudomány és a fiatalok kapcsolata. Irodalomkutatás.* Pécs, TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016. Tudománykommunikáció a Z-generációnak. letöltés helye: <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> letöltés ideje: 2018. július 3.

**FERINCZ Adrienn és SZABÓ Zsolt Roland (2012).** A „Z Generáció” menedzsmentje. In: SZABÓ Zsolt Roland (szerk.) *Innováció vezetői szemmel. Egy könyv azoknak a vezetőknek, akik a jövőt formálják.* Budapest: Aula Kiadó Kft. pp. 183-192.

**FERINCZ Adrienn és SZABÓ Zsolt Roland (2014).** Z generáció a megváltozott munkakörnyezetben. Gazdálkodási és menedzsment hallgatók preferenciái. *Munkaügyi Szemle, 3. szám, 31-41.*

**FINSZTER Géza (2013).** A változó rendészet és a rendészettudomány. *Pécsi Határőr Tudományos Közlemények, XIV, 5-12.*

**GULD Ádám és MAKSA Gyula (2013).** *Fiatalok kommunikációjának és médiahasználatának vizsgálata. Tanulmány.* Pécs, TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016. Tudománykommunikáció a Z-generációnak. letöltés helye: <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> letöltés ideje: 2018. július 3.

**HACK-HANDA, József and PINTÉR, Róbert (2015)** *Generációs különbségek a magyar médiafogyasztásban. Információs társadalom, 15 (2). 7-17.*

**Jaroslav HAVLÍČEK, Ludmila DÖMEOVÁ és Robert HĽAVATÝ (2018).** Gen Z In The Workplace: Expectations, Communication and Relationships. Conference Paper, [https://www.researchgate.net/publication/325756609\\_Gen\\_Z\\_in\\_the\\_workplace\\_Expectations\\_communication\\_and\\_relationships?enrichId=rgreq-930b709305fb5c04d1e0f78c9d197f58-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMyNTc1NjYwOTtBUzo2MzczNDY5OTk0NTE2NDhAMTUyODk2Njc3NDgyNw%3D%3D&el=1\\_x\\_2&\\_esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/325756609_Gen_Z_in_the_workplace_Expectations_communication_and_relationships?enrichId=rgreq-930b709305fb5c04d1e0f78c9d197f58-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMyNTc1NjYwOTtBUzo2MzczNDY5OTk0NTE2NDhAMTUyODk2Njc3NDgyNw%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf) letöltés ideje: 2018. július 6.

**KISSNÉ ANDRÁS Klára (2013).** *A Magyar Honvédség hivatásos és szerződéses állományának, valamint a versenyszféra motiváltságának összehasonlító elemzése. Doktori (PhD) értekezés.* Budapest: Nemzeti Közszolgálati Egyetem Hadtudományi Doktori Iskola.

**Shaghayegh KOLLI, Siavash SALAVATIAN, Datis KHAJEHEIAN, Amirhossein YAZDANI. (2018).** *Identifying Generation Z's Behavioral Pattern*



*in Social Media: A Case Study of Big Data Generated from Active Teens in Instagram.* Conference Paper, [https://www.researchgate.net/profile/Siavash\\_Salavatian3/publication/325923173\\_Identifying\\_Generation\\_Z%27s\\_Behavioral\\_Patterns\\_in\\_Social\\_Media\\_A\\_Case\\_Study\\_of\\_Big\\_Data\\_Generated\\_from\\_Active\\_Teens\\_in\\_Instagram/links/5b2c9e630f7e9b0df5ba6945/Identifying-Generation-Zs-Behavioral-Patterns-in-Social-Media-A-Case-Study-of-Big-Data-Generated-from-Active-Teens-in-Instagram.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Siavash_Salavatian3/publication/325923173_Identifying_Generation_Z%27s_Behavioral_Patterns_in_Social_Media_A_Case_Study_of_Big_Data_Generated_from_Active_Teens_in_Instagram/links/5b2c9e630f7e9b0df5ba6945/Identifying-Generation-Zs-Behavioral-Patterns-in-Social-Media-A-Case-Study-of-Big-Data-Generated-from-Active-Teens-in-Instagram.pdf) letöltés ideje: 2018. július 7.

**KURAI Marianna és SUHAJDA Csilla Judit (2015).** Együtt vagy egymás mellett a munkaerőpiacon: generációs különbségek a munka világában. *Studia Mundi – Economica, Vol. 2. No. 3.,* 174-187.

**MÁJER Eszter Petra és TÓTH Barbara (2017).** Y és Z generáció kommunikációs kihívásai a felsőoktatásban és a munkaerőpiacon. In: Reisinger Adrienn és Kecskés Petra (szerk). „Ifjúság – Jövőképek” Kautz Gyula emlékkonferencia. [http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2016/MajerE\\_TohtB\\_J.pdf](http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2016/MajerE_TohtB_J.pdf) letöltés ideje: 2018. július 4.

**MERETEI Barbara (2017).** Generációs különbségek a munkahelyen. Szakirodalmi áttekintés. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review, XLVIII. évf. 10. szám,* 10-18.

**Mustafa OZKAN és Betül SOLMAZ (2015a).** Mobile Addiction of Generation Z and Its Effects On Their Social Lives. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 205, 92-98.

**Mustafa OZKAN és Betül SOLMAZ (2015b).** The Changing face Of The Employees – Generation Z And Their Perceptions Of Work (A Study Applied To University Students). *Procedia Economics and Finance* 26, 476-483.

**PAIS Ella Regina (2013).** *Alapvetések a Z generáció tudomány-kommunikációjához – tanulmány.* Pécs, TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016. Tudománykommunikáció a Z-generációnak. letöltés helye: <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> letöltés ideje: 2018. július 3.

**Maria-Paola PALADINO, Jacques-Philippe LEYENS, Ramon RODRIGUEZ, Armando RODRIGUEZ, Ruth GAUNT, és Stéphanie DEMOULIN, S. (2002).** Differential Association of Uniquely and Non Uniquely Human



Emotions with the Ingroup and the Outgroup. *Group Processes & Inter-group Relations*, 5 (2), 105–117.

**Eugene A. PAOLINE (2003).** Taking stock: Toward a richer understanding of police culture. *Journal of Criminal Justice*, 31, 199– 214.

Marc PRENSKY (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon MCB University Press, Vol. 9. No. 5.*, 1-6. <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digi-tal%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> letöltés ideje: 2018. július 3.

**Constantinos-Vasilios PRIPORAS, Nikolaos STYLOS, Anestis K. FOTIADIS (2017)** Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior* 77,374-381.

**RÓBERT Péter és VALUCH Tibor (2013).** Generációk a történelemben és a társadalomban. Generációs politikai attitűdök és részvételi mintáktörténeti-szociológiai megközelítésben. *Politikatudományi Szemle, XXII/4*, 116-139.

**Soós János (2013).** *Kommunikáció a fiatalokkal, best practice és trendpéldák.* Pécs, TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016. Tudománykommunikáció a Z-generációnak. letöltés helye: <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok> letöltés ideje: 2018. július 3.

**William STRAUSS és Neil HOWE (1991).** *Generations. The History of America's Future, 1584 to 2069.* New York, NY: William Morrow & Company.

**SZABÓ Andrea és KISS Balázs (2013).** Konfliktus és Generáció. A generációs konfliktusok kutatásának fogalmi kiindulópontjai. *Politikatudományi Szemle, XXII/4*, 97-115.

**TÖRÖCSIK Mária, SZŰCS Krisztián és KEHL Dániel (2014).** How Generations Think: Research on Generation Z. *Acta Universitas Sapientiae, Communicatio, 1*, 23-45.

**TÓZSÉR Erzsébet, FRIDRICH Andrea Cecília és BORBÉLY Zsuzsanna (2017).** Ügyfélszolgálati szemlélet a szervezeti kultúrában. *II. Turizmus és Biztonság Nemzetközi Tudományos Konferencia Tanulmánykötet*, 119-127.