GENERATION ?Y?

Δεν έχουν καταλάβει την εξουσία ακόμη, αλλά ο κόσμος ανήκει σε αυτούς.
Εισβάλουν στον κόσμο μέσω των
πρακτικών και του πολιτισμού τους και
επιβάλουν ένα νέο περιβάλλον το οποίο
προς το παρόν κάνει κάθε δυνατή
προσπάθεια για να μην αλλάξει.
??Y?? Generation: ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ;
Σύμφωνα με τους κοινωνιολόγους
είναι οι νέοι που γεννήθηκαν από το
1990 και μετά.

Είναι κυριολεκτικά στην πρίζα, συνδεδεμένοι και ενεργοποιημένοι, ακόμη και ασύρματα.
Η ?Y? Generation έχει μεγαλώσει με computers, internet, mobile phones, video games and MP3 players.
Multitasking ικανότητα: μπορούν να παρακολουθούν τηλεόραση, ενώ την ίδια στιγμή σερφάρουν στο διαδίκτυο, μιλούν στο τηλέφωνο, αποστέλλουν SMS ή ακούνε μουσική.
The multitask facet είναι σίγουρα μία από
τις διακριτές τους πτυχές.
Βαριούνται γρήγορα αν έχουν μόνο ένα
πράγμα να κάνουν.

? Η τηλεόραση δεν είναι πλέον το ένα και μοναδικό μέσο ενημέρωσης.
? Δεν εμπιστεύονται καθόλου τη διαφήμιση.
? Ενδιαφέρονται μόνο για το τι πιστεύουν οι φίλοι τους.
? Η ?Y? Generation έχει την τάση να βασίζεται
στη δική της κοινωνική δικτύωση (Network)
και τις συστάσεις της, παρά στο Marketing
και τη διαφήμιση.
? Δεν «κολλάνε» με ένα συγκεκριμένο εμπορικό
σήμα, αντικρούοντας ταυτόχρονα τις έννοιες του marketing.

? Δεν είναι τόσο το ότι δεν θέλουν να εργαστούν όσο το να μην γίνει η εργασία τους ταυτόσημη με τη ζωή τους. Αυτό δεν είναι έκπληξη αφού έχουν δει τους μεγαλύτερούς τους να εργάζονται μέχρι θανάτου χωρίς να δρέπουν τους καρπούς της εργασίας τους.
? Η εργασία δεν είναι η ταυτότητά τους, αλλά ένας οριοθετημένος χώρος και χρόνος στη ζωή τους. Η Γενιά ?Y? δεν κατανοεί γιατί μια επιχείρηση δεν θα μπορούσε να κάνει παραχωρήσεις, όπως να τους επιτρέπει να εργαστούν στον τόπο που έχουν επιλέξει ή να προσαρμόσουν το ωράριό τους, ενθαρρύνοντας με τον τρόπο αυτό μια πιο ευέλικτη και λιγότερο ιεραρχική επικοινωνία εντός της εταιρείας, καθώς επίσης και την παροχή διασκεδαστικού περιβάλλοντος εργασίας.

Δεν είναι τόσο το ότι δεν θέλουν να εργαστούν όσο το να μην γίνει η εργασία τους ταυτόσημη με τη ζωή τους. Αυτό δεν είναι έκπληξη αφού έχουν δει τους μεγαλύτερούς τους να εργάζονται μέχρι θανάτου χωρίς να δρέπουν τους καρπούς της εργασίας τους.
Η εργασία δεν είναι η ταυτότητά τους, αλλά ένας οριοθετημένος χώρος και χρόνος στη ζωή τους. Η Γενιά ?Y? δεν κατανοεί γιατί μια επιχείρηση δεν θα μπορούσε να κάνει παραχωρήσεις, όπως να τους επιτρέπει να εργαστούν στον τόπο που έχουν επιλέξει ή να προσαρμόσουν το ωράριό τους, ενθαρρύνοντας με τον τρόπο αυτό μια πιο ευέλικτη και λιγότερο ιεραρχική επικοινωνία εντός της εταιρείας, καθώς επίσης και την παροχή διασκεδαστικού περιβάλλοντος εργασίας
Δεν θα συμμορφωθούν τυφλά με τις εντολές σας, γιατί είστε το αφεντικό. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι ?X? Generation managers συχνά μιλάνε για την ?Why? Generation για να τονίσουν το γεγονός ότι αμφισβητείται η εγκυρότητα της κάθε τους απόφασης και πρέπει να δίνουν πειστικές οδηγίες για την εφαρμογή τους.
Αυτό δεν είναι απειθαρχία αλλά μια αλλαγή στην ιδέα της ιεραρχίας και μια πρόκληση για τη διαχείριση της. Σε αντίθετη περίπτωση η ομάδα μπορεί να καταστεί χωρίς κίνητρα.
Η ιεραρχία στα κοινωνικά συστήματα καθορίζεται κυρίως από τις αναγνωρισμένες ικανότητες ενός ηγέτη και όχι απλώς από τη θέση της σε ένα οργανόγραμμα.
Τα καλά νέα είναι ότι αυτή η γενιά δεν γνωρίζει σύνορα σε αντίθεση με την προηγούμενη. Της αρέσει να εργάζεται ως ομάδα! Διαθέτει ομαδικό πνεύμα!
Το διαδίκτυο είναι το κοινωνικό τους δίκτυο, μια μόνιμη σύνδεση, κοινότητες για όλους και για τα πάντα, έχουν ξεπεράσει την έννοια των συνόρων.

? Διαβάζουν τις ειδήσεις, όχι όμως στις εφημερίδες, γεγονός που εξηγεί το μεγαλύτερο μέρος της αποτυχίας του Τύπου που χρησιμοποιείται για το μονοπώλιο των πληροφοριών.
? Οι περισσότεροι από αυτούς δεν εμπιστεύονται τα Μ.Μ.Ε. και για το λόγο αυτό επιλέγουν νέες πηγές πληροφόρησης. Μερικοί από αυτούς - μόνοι τους ή ως ομάδα - δεν διστάζουν να πάρουν την ευθύνη για να κάνουν την πρώην δουλειά των δημοσιογράφων: τον έλεγχο των πηγών και των πιθανών συγκρούσεων συμφερόντων των μέσων ενημέρωσης.
? Η Generation ?Y? θεωρεί ότι η ιδιωτική ζωή είναι ένα πρόβλημα των «ηλικιωμένων ανόητων».

? Η κοινή χρήση είναι συνώνυμη με την ηγεσία αυτής της γενιάς. Μοιράζονται τα πάντα: γνώση, συνδέσμους, αρμοδιότητες ή μουσική, που συνδέεται με την ιδιωτική ή επαγγελματική τους ζωή. Ο καθένας μπορεί να γίνει ηγέτης μέσω της ανταλλαγής, ενώ για την προηγούμενη γενιά, η εξουσία συνδέονταν με την ανάγκη να τα κρατήσουν όλα για τον εαυτό τους.
? Η Generation ?Y? είναι φυλετικά και πολιτισμικά πιο ανεκτική από τις προηγούμενες γενιές.
? Η Generation ?Y? είναι κολλημένη στο κινητό της.
? Αυτή η γενιά χρησιμοποιεί το κινητό για να κοινωνικοποιηθεί και με πολύ διαφορετικό τρόπο από τους υπολογιστές.
? Είναι τρόπος ενημέρωσης και δευτερευόντως σύνδεσης με κοινωνικά δίκτυα.
? Αγνοώντας τη φωνή της Generation ?Y? δεν είναι χωρίς κινδύνους. Είτε πρόκειται για μια κυβέρνηση ή μια ομοσπονδία, αυτό θα καταλήξει στο να γυρίσει την πλάτη της στο μέλλον με τον κίνδυνο μιας αντιπαράθεσης καταδικασμένης σε αποτυχία.
? Αν θέλουμε να τραβήξουμε την προσοχή τους και να τους κινητοποιήσουμε, θα πρέπει να προσαρμοστούμε στις συνήθειές τους και τον πολιτισμό τους, τα οποία είναι εντελώς διαφορετικά. Η προσπάθεια να τους εξαναγκάσουμε να υιοθετήσουν τον πολιτισμό των προγόνων τους θα αποτύχει παταγωδώς. Είναι καιρός να τους αποδεχθούμε αντί να τους αντιμετωπίζουμε γιατί ό,τι κι αν κάνουμε, ο κόσμος τους ανήκει.