

7.6 AZ ÚJ GENERÁCIÓ FOGYASZTÁSI MINTÁI ÉS ALAKÍTÁSI LEHETŐSÉGEI

Digitális nemzedék

- X generáció: az 1965–1979 között születettek, a hírnök nemzedék, akik munkavégzésében már szerepet játszhatott az internet;
- Y generáció: az 1980–1995 között születettek, a digitális nemzedék első generációja, akik már gyermekkorban találkoztak az internettel, illetve gyermekkoruktól használják az IKT-eszközöket
- Z generáció: az 1996 után születettek, a digitális nemzedék a második generációja, akik már nem éltek internet nélküli világban és születésüktől kezdve különféle IKT-eszközöket használnak
- Alfa generáció: a 2010 után születettek, akik már az írás- és olvasástudás előtt szert tesznek szilárd IKT használati kompetenciákra

Alfa generáció jellemzői:



Az alfa generáció közös jellemzője, hogy már születése pillanatában kapcsolatba kerülhet a digitális technológiával

- **Több információ és forrás áll** a rendelkezésükre, mint az idősebbeknek. vállalkozó: saját vállalkozásban szeretnének
- **Technikai géniuszok** olyan világba születtek/születnek, amelyet a technika irányít. Már óvoda megkezdése előtt a kezükbe kapják a mobiltelefont, okos eszközöket és egyéb technológiákat. Amire kamaszkorba lépnek már laptop, asztali számítógép helyett is azt használják majd, és mindenhová magukkal viszik.
- **Vizuális ingerekre**, jól reagálnak elsősorban ilyen eszközökkel és mobilbarát web helyekkel lesz majd érdemes lekötni a figyelmüket a marketingesek szerint.
- **Kevesebb szociális kapcsolat** A technológia állandó használata azzal is együtt járhat, hogy az ember bizonyos készségeit elveszti, például a szociális készségeit.
- **Függenek majd a technológiától**, ugyan állandóan elérhetőek lehetnek majd online az ismerőseik számára, a valódi találkozásokra, valódi kapcsolatokra kevesebb idejük jut.
- **Egyedül érzik majd magukat**. Hiába lesznek ennyire összekapcsolódva egymással.
- **Nagyobb szülői befolyás** kitolódott a házasság és a gyermekvállalás ideje, a generáció tagjai valószínűleg idősebb szülők gyermekei. Önellátóbbak, képzetesebbek, és felkészültebbek, mint az elődeik Különlegesebbnek érzik magukat az összes többi generációnál, szívesebben bele is szólnak abba, hogy végezzék mások a dolgukat. Az eddig készült kutatások alapján az Alfa generációra sokkal jobban fog hatni majd a szüleik véleménye, mint a barátaiké, ismerőseiké, jobban befolyásolják majd őket a szülők
- **Nagyobb tudás** birtokában, sokkal **felkészültebben** állhatnak szembe a kihívásokkal Az iskolai oktatáson kívül (*élethosszig tartó*) online oktatásban is részesülhetnek

Az Alfák egy olyan világba születtek/születnek, amelynek olyan hatalmas kihívásokkal kell megküzdenie, mint a globális felmelegedés. A világnak, az elkövetkező 10–15 évben, két egymással szorosán összefüggő válsággal kell megküzdenie: **ökológiai- és a klímaválsággal**. Nyilvánvaló tény, hogy mindkét vészhelyzetet a fenntarthatatlan, pazarló, a természetet kizsigerelő emberi tevékenység okozta változást, ha ezeket a pusztító gyakorlatokat sürgősen és alapjaiban átalakítjuk. Magyarország helyzete:

- felmelegedés – középhőmérséklet folyamatos emelkedése
- csapadékmennyiség jelentős csökkenése – súlyosan aszályos időszakok
- rendszeresen kialakuló viharok
- ország közel kétharmada száraz sztyeppévé válhat
- eltűnnek az erdeink és a bennük élő összes állat és növény
- kiszáradnak a vizes élőhelyeink – elpusztulnak, a benne élő fajokat

- szélsőséges éghajlati ingadozások
- virágzás kiszámíthatatlanná válik – eltűnnek beporzásban részt vevő rovarok
- elsivatagosodik az ország – importálnunk kell majd a táplálékunkat

Félelmetesen hangzik még felnőttek is, hát még a gyermekeknek!

Lényeges a klímaváltozás félelemmentes közvetítése: A kérdés az mit tehetünk, és hogyan tegyünk azt?

Az óvodás gyerekek ugyan nem találkoznak a klímaváltozásról és annak következményeiről szóló híradásokkal, azonban hallanak árvizekről, erdőtüzekről és más természeti katasztrófákról, tehát nem tehetünk úgy, mintha a jelenség nem létezne. A legjobb, ha beszélünk a környezetvédelem fontosságáról, a globális felmelegedésről, az éghajlatváltozásról anélkül, hogy félelmet keltenénk bennük.

1. Játék: A félelmek feldolgozásának legjobb eszköze a játék. A gyermek a fiktív (*katasztrófa, sivatag, földcsuszamlás stb.*) vagy valóságos élményeket sajátos játékkörülmények között, „mintha” helyzetben, képzelete segítségével újraalkotja. Forrása lehet a felnőtt minden tevékenysége, tv-ben hallott, látott információ, az állatok megszemélyesítése, a természeti erők ábrázolása. Ahogy bővül az általa felfedezett környezet köre, úgy jelennek meg játékában a tágabb környezetből vett témák. A környezettel kapcsolatos élmények biztosítása elsődlegesen óvodapedagógus által történik. Az élmény újraalkotás során fejleszti a gyermekek problémaérzékenységét, nyitottságát, kíváncsiságát, kritikai gondolkodását, felelősségvállalást és nem utolsósorban oldja a szorongását. Játékhelyzetek megteremtése közben az alternatív energiákkal kapcsolatos ismereteiket bővíthetjük, rendszerezhetjük. Szemléletüket alakítjuk hulladék anyagok újra használatával eszközök, játékeszközök vizsgálódási eszközök barkácsolásával. Az energiaforrásokkal, energiafelhasználással megújuló energiákkal kapcsolatos ismereteiket, tapasztalataikat dolgozhatják fel közösen készített játékokkal. Szimulációs, szituációs, drámajátékkal dolgozhatunk fel egy-egy gyermekeket foglalkoztató ökológiai- és klímaválsággal kapcsolatos hírt.

2. Kirándulás-séta szervezése: Óvodás korban a legjobb, amit tehetünk, ha sokat tartózkodunk, a természetben, ahol tapasztalatot szereznek a természet csodás világáról (*érzékelő játék segítik a megtapasztalást*), de negatív tapasztalatok is érhetik: eldobott szemét – szemétkerakó. Hangsúlyozzuk a fák, illetve zöld növények fontos szerepét. Oxigént termelnek, melyre minden élőlénynek szüksége van az életben maradáshoz. Megfigyelhetik milyen növények és állatok (*bogarak, rovarok...*) élnek ott, vigyázunk rájuk, ott van az élőhelyük. Bővíthetjük ismer-

reteiket azzal, hogy az erdők, mezők megóvásával biztosíthatjuk sok vadon élő állat lakóhelyét, ismerkedhetnek vadász, vadőr munkájával vadgazdálkodással.

Olyan szokások kialakítására törekedjünk, mely lehetővé teszi tágabb környezetünk, az erdőben való kulturált viselkedés szabályainak betartását:

- az erdőbe gyalogosan, vagy kerékpárral közlekedünk
- gyalogos ösvényen, turista útvonalon haladunk
- csak csendben, csak halkán, hogy senki meg ne hallja,
- vigyázunk a virágokra, fákra, bogarakra, állatokra
- amit kiviszünk, az erdőbe hazavisszük (*nem szemetelünk*),
- csak azt gyűjtünk, amit a természet elengedett.

3. Kertgondozás: Az óvodakert a gyermekek közvetlenül megtapasztalhassák az élőhelyek, valamint azok élőlényeinek sokféleségét. A kertben a gyermekek találkoznak az élettelen és az élő természet egy-egy jelenségével, tárgyával, azok hatásaival, összefüggéseik, működésük törvényszerűségeivel, amelyekről ott, közvetlen tapasztalatokat is szerezhetnek a kerti munka, növény gondozása során. A kertművelés lehetőséget nyújt az emberi beavatkozás hatására bekövetkezett változások megfigyelésére. Segíti az alapvető ökológiai összefüggés meglátását, az élő- és élettelen környezeti tényezők közötti kölcsönhatásokat megfigyelhetik. Megtapasztalhatják, hogy az élelmiszerhulladék komposztálásával miként javíthatjuk a talajt és ez hogyan segíti a növények növekedését. A pedagógus segítségével megfogalmazhatják, hogy a mi cselekedeteink is fontosak a környezet szempontjából, felelősek vagyunk.

4. A természet elemeivel való ismerkedés: Az aktualitás, a természet ünnepei, jeles napok, ünnepkörök kínálta tevékenységek beépítése segít megértetni, ha a levegőt szennyezzük, hogy a szennyezés olyan, mint egy takaró a föld körül, ami felmelegíti azt, ami árt a növényeknek és állatoknak. Az üvegházhatás elmagyarázása helyett érdemes elvinni, bemenni egy igazi üvegházba, hogy lássa, hogyan lehet csapdába ejteni a napsugarakat és mit okoz kisebb léptékben. A tapasztalatszerzés során érzékeltesük a pozitívumokat, ne hallgassuk el a negatívumokat sem. Hiszen a gyerekek több forrásból is hallanak az éghajlatváltozásról. Igyekezzünk megmutatni, hogyan tudnak segíteni, mit csinálhatnak, amivel hatást gyakorolhatnak. Mutassuk meg, modellezzük le emberiség olyan találmányait, ami segített bizonyos problémák megoldásában: a szélturbina, napelem, az erőművek, akár a hibrid autókig.

5. Energiatakarékos cselekvési szokások betartása/betartatása: Lepakcsolják a lámpát, ha kimennek valahonnan. Elzárják a vizet kézmosás, vagy fogmosás köz-

ben. Összegyűjtik az esővizet, és öntözésre használják. Szelektív hulladékgyűjtés, papírfelhasználás, újrahasznosítható anyagokból barkácsolás játékkészítés. Csak azt, annyit vegyünk amire szükségünk van. Kevés eldobható eszköz tárgyat használjunk.

6. Fogyasztói magatartás alakítása, a szükséglet és igény közötti egyensúly megláttatásával – az újabb és újabb dolgok beszerzése, a még használható régi kidobása – birtoklási vágy átformálásával. Minden ember minden döntési szituációban egyedileg viselkedik, önálló döntéseket hoz.

Döntésünket befolyásoló tényezők:

- Kulturálistényezők: értékrend, szokások, hagyományok, vallás, társadalmi osztály, szubkultúra
- Társadalmi tényezők: jogrend, közigazgatás, a társadalom rendje (*demokrácia vagy diktatúra*), társadalmi szerepek.
- Referenciacsoportok (*olyan személyek vagy csoportok, akikhez az egyén hasonlítja magát*): család, óvodai vagy munkahelyi csoport stb.
- Személyes tényezők: nem, életkor, foglalkozás, iskolázottság, vagyoni helyzet, életmód, személyiségjegyek stb.
- Belső tényezők: a fogyasztóegyéni, pszichológiai jellemzői, például motivációk, személyiség, pozitív vagy negatív viszonyulások tárgyakhoz, termékekhez, szolgáltatásokhoz, eszmékhez.

A gyermekek szempontjából elsősorban az érzelmi alapú (szubjektív) szempontok érvényesülnek!

A REKLÁMOK HATÁSA A GYEREKEKRE

A mai gyermekek gyakorlatilag fogyasztóként jönnek a világra!

Önálló fogyasztók A gyerekeknek szóló termékek választéka napjainkban egyre jobban bővül, széles kínálat nem állt a kicsik rendelkezésére. Már nem csak a klasszikus gyermekeknek szóló termékekről van szó, egyre több iparág fordul a gyermekek felé (*élelmiszer, szépségipar, papíripar stb.*). Nem ritka, hogy a gyerek

választja ki a család müzlijét vagy üdítójét, a kislányok kívánságlistáján pedig szinte biztosan rajta van pl. a rúzs és hasonló termékek.

Közvetett fogyasztók Manapság a gyermekek tájékozottabbak a felnőtteknél, a szülők egyre kevesebb dolgot vesznek meg gyerekeiknek azok megkérdezése nélkül. Már egy kicsi gyermeknek is mindenről van véleménye, és ezt persze meg is osztja szüleivel. Tapasztalata nincs az adott termékről, honnan is tudná, milyen a minősége, de a reklám hatására mindenképp ragaszkodik egy adott termékhez. Így közvetve befolyásolja szüleit, és olyan terméknél is ő választ, mely vásárlása esetén nem is ő a potenciális vevő.

Maguk választanak ruhamárkát, cipőt, mobiltelefont, játékot. Előbb vagy utóbb általában sikerül elérniük, hogy szüleik teljesítsék kéréseiket. Könyörögnek, hisztiznek, duzzognak, vagy lázadnak, s szinte mindig célba érnek. A saját igényeiknek kielégíttetésén felül akár a tartós fogyasztási cikkek kiválasztásánál is övük a családban a meghatározó szó.

A márkafüggőség a gyermekek már óvodás korukban rájönnek arra, hogy meghatározott termékek birtoklásával emelkedik a többi gyermek szemében presztízsük. A státusszimbólum kialakulása által az ember hajlamos arra, hogy minél többet fogyasszon, így fog többet érni társai szemében. Így válik a birtokló egyén is áruvá az áruvilág piacán.

A szülők gyakran hoznak áldozatot gyermekük érdekében, és erejükön felül dolgoznak csak azért, hogy mindent megadhassanak nekik, amit szeretnének.

Feladatunk a szülők meggyőzése a rendszeres, együtt töltött „*minőségi idő*” meghitt együttlét, az élő mese pozitív személyiségfejlesztő hatásáról, a TV pozitív és negatív erkölcsi értékítéleteket romboló hatásairól.



A FEJEZET ELSAJÁTÍTÁSÁT BEGYAKORLÓ FELADATOK:

1. Játék: Disputa

Érveljen az állítás mellett – ellene!

- A napjainkban tapasztalható klímaváltozáshoz a globális felmelegedéshez, az emberi tevékenység jelentősen hozzájárul.
- A gyermekek, óvoda megkezdése körül kapják kezükbe a mobiltelefont, okos eszközt

- Reklámok befolyásolják a gyermekek játékválasztását.
 - A szülők többsége az együtt töltött minőségi idő helyett anyagi eszközökkel kompenzál.
2. Ötletroham módszerével gyűjtsenek olyan szokásokat – szabályokat melyekkel lassíthatjuk a globális felmelegedést. Listázás után jelöljék az óvodáskorban alkalmazható szokáselemeket.
 3. Készítsenek transzparenst a fogyasztói magatartás alakítására.

A FEJEZET ELSAJÁTÍTÁSÁT ELLENŐRZŐ KÉRDÉSEK:

1. Klímaváltozás közvetítése érdekében mit tehet, és hogyan tegye azt az óvodapedagógus?
2. Vásárláskor a gyermekek milyen szempontok alapján választana