

*Haffner-Kiss Alexandra – Szederkényi Éva Kata*  
**MÉDIA ÉS IFJÚSÁG AZ INFORMÁCIÓ KORÁBAN**  
**AZ Y, Z ÉS ALFA GENERÁCIÓ MÉDIAFOGYASZTÁSI SZOKÁSAINAK**  
**SAJÁTOSSÁGAI ÉS A ZENEPEDAGÓGIA LEHETŐSÉGEI**

---

#### Absztrakt

A kutatás kerete az újmédia jelenség, amely a mindennapi kommunikációs gyakorlatban a hagyományos médiát, a nyomtatott sajtót, a televíziót, a rádiót mindinkább felváltja, s a tömegmédia tartalmakat a digitális technológiák segítségével közvetíti. Tanulmányunkban arra a kérdésre keressük a választ, hogy az új kommunikációs technológiák használata miként hat az Y, Z és alfa nemzedékek médiafogyasztási szokásaira, figyelmére, és hogyan befolyásolja a valós és virtuális kommunikációs kontextusok viszonyáról kialakított képzetüket. Kitérünk az új generációk közösségelményeire, médiafogyasztási szokásaira, és az ebből fakadó pedagógiai kihívásokra. Dokumentumelemzésünkéből kiderül, hogy sok esetben már beépülni látszik e generáció tagjainak személyes kommunikációs normarendszerébe is az offline és online tér közötti átjárás lehetősége. Írásunk utolsó egységében röviden bemutatjuk, hogy a zenetanulás miképpen javítja az alfa generáció koncentrációját és miként játszik fontos szerepet az újraépülő társas kapcsolatainkban

---

*Kulcsszavak: alfa generáció; újmédia; zenepedagógia*

#### **Bevezetés**

Napjainkra a média és az online tér a mindennapok meghatározó tényezőjévé vált. A közösségi platformok rendszeres felhasználójaként az általános iskolás korosztály is folyamatosan jelen van az online térben. Ennek az állandó online jelenlétnek pedig egyaránt vannak pozitív és negatív következményei, amelyekre értelemszerűen reflektálnia kell a pedagógiának is. A technológia fejlődése, a közösségi médiafelületek növekvő népszerűsége, egyre inkább hozzájárul a társadalmi, kulturális globalizációhoz, felerősítve az online tér nyelvre, gondolkodásra, közösségi és emberi viszonyokra gyakorolt hatását (Haffner-Kiss, 2022). Megkerülhetetlenné vált az újmédia és az oktatás kapcsolatának vizsgálata, hiszen a mindennapi kommunikációs gyakorlatban a hagyományos médiát, a nyomtatott sajtót, a televíziót, a rádiót mindinkább felváltja a tömegmédia tartalmakat a digitális technológiák segítségével közvetítő újmédia (Szécsi, 2007, 2016; Boronkai, 2017). Az online tér hatással van minden generáció tagjára, ami fokozottan igaz a digitális generációnak is nevezett alfa generáció tagjaira. Az említett impulzusok erősen befolyásolják többek közt a hagyományokhoz és kulturális értékekhez fűződő szemléletmódjukat. A technológia fejlődése, a mobil telefonok elterjedése a közösségi platformok számának és népszerűségének növekedése megváltoztatta a digitális generáció kommunikációs szokásait is (Szécsi, 2010, 2016). Tanulmányunkban arra a kérdésre keressük a választ, hogy az új

kommunikációs technológiák használata miként hat az Y, Z és alfa nemzedékek médiafogyasztási szokásaira, figyelmére, és hogyan befolyásolja a valós és virtuális kommunikációs kontextusok viszonyáról kialakított képzetüket. Kísérletet teszünk arra, hogy a zenepedagógiában rejlő lehetőségeket és módszereket alkalmazzuk a figyelem és a koncentráció növelésére.

## **A digitalizáció hatása az új generációk közösségélményeire**

A „digitális bennszülöttek” első generációjának az Y generációt (1982-1995) tartják, akiket a Z generáció (1996-2012), másnéven netgeneráció követetett (Komár, 2017). A legfiatalabbak az alfa generáció (2010-) tagjai, akik már a digitalizált világba születnek, így elnevezésük is, „iGeneráció”, erre utal. (Twenge, 2018) A mindennapjaink felépítése, a napi rutinjaink és a világról alkotott elképzeléseink noha egyediek, mégis a leginkább áruklódóak a tekintetben, hogy vajon melyik generációhoz is tartozik valaki (Twenge, 2018). Ezt a jelenséget nevezi Pál Eszter és Törőcsik Mária „érzékelt tagságnak” (Pál-Törőcsik 2013).

A generációkutatások alapján véve az 1990-es évektől kapnak nagyobb figyelmet. Kezdetben a generációk csoportosítása közel 20 évet ölelt át, később azonban minden generációváltás egyre kisebb időintervallumot fed le. A generációk kutatása során megfigyelhető, hogy mind az évek szerinti csoportosításban, mind a csoportok elnevezésében található némi eltérést. A tanulmányban az alfa generáció tagjainak a 2010-ben és az azután születetteket tekintjük, akikre a digitális generáció tagjaiként is utalunk a továbbiakban. Noha a témakörrel kapcsolatos kutatásokban a generációk csoportosításának elsődleges szempontját a születési év jelenti, számos olyan sajátos generációs jellemzőt tudunk még megemlíteni, amelyek segíthetik a pontosabb meghatározásokat. Ahogy arra a fentiekben hivatkoztunk, Pál Eszter és Törőcsik Mária a generációk csoportosítása során kitérnek például az „érzékelt tagság” meghatározó szerepére is, amely során a csoport tagjai saját értékrendszerük, tapasztalataik és olyan közös magatartásformák, mint a családhoz és karrierhez kapcsolódó döntéseik alapján határozzák meg, mely generáció tagjaival sorolják magukat egy csoportba (Pál-Törőcsik, 2013). Pál és Törőcsik a generációs besorolások során harmadik pilléreként az úgynevezett kohorsz-élményeket emeli ki. Az olyan, főleg fiatalkori eseményeket, amelyek nagy jelentőséggel bírnak egy ország, vagy a globalizáció hatására számos ország életére. Ilyen kohorsz-élményt jelenthet az alfa generáció esetében is például a 2020-ban regisztrált COVID-19 járvány és annak a mindennapi életre gyakorolt hatása az online oktatásra való átérés időszakában (Pál-Törőcsik 2013). A fentiek mellett negyedik csoportosítási lehetőségként jelenik meg „a digitalizáció mentén szerveződő generációs struktúra” (Néma, 2023:101). Minden generáció életére igaz ugyanis, hogy meghatározó tényezője lett életünknek a tömegkommunikációs eszközök és a globalizáció hatása, azonban az alfa generáció diákjainak már nem kell alkalmazkodniuk ehhez az irányhoz, hiszen ők már ebben a kultúrában nőnek fel (Néma, 2023).

Ma már bárki hozzáférhet az internethez társadalmi osztálytól függetlenül, ami széleskörű jelenlétet biztosít minden társadalmi réteg számára az online térben. Egy hátrányos helyzetű gyermek a legújabb felmérések alapján például ugyanannyi időt tölt az online

térben, mint társai. Az online világ hatására pedig az új nemzedék tagjai egyre inkább elutasítják a rejtett társadalmi hierarchiát, és mindinkább az egyenlőségérzetük megerősítésére törekednek. (Twenge, 2018).

Az alfa generációs gyermekekkel kapcsolatos ismereteink valójában csak most kezdenek körvonalazódni. Az Y és Z generáció váltására alapozva kívánjuk megkísérelni behatóan az elkövetkező digitális változásokat és legfőképpen az arra adott válaszokat. Az alfa generáció esetében megfigyelhető például, hogy kommunikációs szokásaik nagyobb részt zajlanak az online térben, mint személyesen. Szívesebben töltik idejüket otthonukban a digitális eszközök társaságában. Úgy veszik körül magukat az okoseszközökkel, mint a korábbi generációk családtagjaikkal, vagy éppen barátaikkal. Természetesen ebből nem adódik közvetlenül, hogy elhanyagolják családtagjaikat és barátaikat, de azt mindenképpen megfogalmazhatjuk, hogy nagyobb esélyünk van a velük való kommunikációra, ha jelen vagyunk ugyanazon online felületeken, mint ők. Az alfa generáció esetében a legnagyobb különbséget az őket megelőző generációkkal szemben a mindennapi élményeik és napi rutinjaik jelentik, amik teljesen eltérőek (Twenge, 2018). A mindennapjaik részét képezi az internetes trendek követése, ami szükségszerűen új elemekkel egészíti ki a verbális kommunikációjuk szókészletét. Gondoljunk például a népszerű videó megosztó platformra, a TikTok közösségi csatornára, ahol napi szinten jelennek meg új trendek és fogalmak, amelyet kizárólag a rendszeres felhasználók képesek nyomon követni. Ezek az új fogalmak általában az angol nyelvből eredeztethetően terjednek el a világ minden részén a kommunikáció részévé válva, de akadnak olyan kifejezések is, amelyek hamar feledésbe merülnek. Az alfa generáció sajátossága az a dichotómia, hogy míg elsőbbséget élvez az individuum, az egyéniség és a tömegeből való kitűnés érzése, közben a média és az influencerek népszerűsége kapcsán egyfajta globalizálódás és uniformizálás tapasztalható körükben (Komár, 2017; Szécsi-Koller, 2017; Szécsi, 2020).

Érdeemes ugyanakkor rávilágítani arra, hogy az influencer-kifejezés néhány éve még csak szűkebb körök számára volt ismert, a mai generációk pedig már hivatásként tekintenek erre a tevékenységformára. Fontos, hogy ez a kifejezés az „influence” szóból származik, ami a „befolyásolás”, „hatással lenni” fogalmakat foglalja magában. Ez tökéletesen működik is a fiatalabb generációk esetében, ami miatt egyre nehezebb elmennünk amellett a tény mellett, hogy a veszélytelennek tűnő online „követések”, milyen hatással is lehetnek a gyermekek személyiségfejlődésére. Az influencerek képesek befolyást gyakorolni követőik véleményének alakítására és akár bizonyos döntéseire is. Az állandó tartalommegosztással és folyamatos kommunikációval úgy érezhetik követőik, mintha egy ismerőssel lennének kapcsolatban. Az állandó tartalmak követésével megpróbálnak azonosulni, megerősíteni saját énképüket, aminek hatására még kevesebb időt szánnak emberi kapcsolataik építésére (Vágóné, 2023).

Az alfa generáció tagjainak normarendszerét egyaránt alakítják kortársaik és a kortársaik által elfogadott influencerek. A korábbi generációkhoz képest az ő esetükben megjelentek olyan érdeklődési témák, amelyek korábban csak a fiatal felnőttkortól voltak jellemzőek. Ilyen témák a klímaváltozás, gazdasági kérdések, vagy éppen a politika. Számukra már fontos a globális gondolkodás és a jövőre való odafigyelés. Az alfa generáció

tagjai ugyanúgy aggódnak a kontinens másik oldalán történetek miatt, mint a lokális környezetükért (Szécsi, 2020). Megjelennek azonban a szokásosnak mondható témák is, mint például a testkép kérdése. Már napi 30 perc az online térben is befolyással tud lenni a fiatalok énképére, testképére. Elvitathatatlan a tény, ha megfelelő tartalmakat néznek, az pozitív hatást tud gyakorolni fejlődésükre, tudásuk bővítésére is (Vágóné, 2023). Így enél a korosztálynál különösképpen nagy szükség van gyermekkorban a szülők odafigyelésére a tartalmak szűrésekor. Noha nehezebb az online teret figyelni, mint például az Y generáció esetén a TV készülékek csatornáit, a szülőknek mégis hatalmas a felelőssége az online térben való útmutatás során. A cél elsődlegesen, hogy a gyermekek kritikai gondolkodása minél fejlettebb legyen. További nehézséget jelenthetnek a technikai ismeretek terén jelentkező generációs különbségek, aminek eredményeként egyes családokban már felléphet az az élethelyzet, amikor a gyermek nyújt útmutatást a digitális eszközök használatában. Ezért is fontos, hogy szülők és pedagógusok folyamatosan képezzék magukat a digitális eszközök használatát illetően is, hogy lépést tudjanak tartani és megfelelő útmutatást tudjanak adni a fiatalabb generáció számára. A negatív hatások ellensúlyozására egy jó közösségben betöltött szerep nyújthat segítséget az alfa generáció számára (Vágóné, 2023). Egy jó osztályközösség, vagy esetleg egy hasonló érdeklődési kör mentén szerveződő szakkör, különösen a zenei tanulmányok, a zenekari közösség, vagy a sport kiváló lehetőséget biztosíthat erre, hiszen az online tér negatív hatásai közé tartozik a személyes szociális kapcsolatok háttérbe szorulása, vagy a szociális készségek elsorvadása (Vágóné, 2023).

Tari Annamária klinikai pszichológus tanulmányában kitér arra, hogy a digitalizáció milyen erős hatást gyakorol a fiatalok érzelmi fejlődésére. Míg biológiai fejlődésük megegyezik korábbi generációk azonos korú tagjainak fejlődésével, addig a digitalizáció ilyen mértékű expanziója és annak mindennapokra gyakorolt hatása egy felgyorsult érzelmi érettséget kívánna, ami azonban nem érzékelhető a mai nemzedékek esetében sem (Tari, 2016). Sőt, Twenge könyvében kitér rá, hogy az iGeneráció (Z generáció) tagjai lassabban nőnek fel, mint a korábbi generációk. Emiatt e generáció tagjai mentálisan sebezhetővé válnak (Twenge, 2018). Ez a kettőség azonban nyomot hagyhat az alfa generáció tagjaiban, amelynek hatása az érzelmi, kognitív fejlődésben is negatívan mutatkozik meg. Az online tér sok esetben olyan hibrid kommunikációs világot teremt, amelyben az „offline”, azaz valós, fizikai világgal párhuzamosan vagyunk jelen (Szécsi, 2020). Az online térben a generáció tagjainak kialakul egy online identitása, amely nem mindenkinél egyezik meg a valós személyiséggel. Minél nagyobb az online énkép és az offline identitás közötti különbség, annál inkább megjelenhet a szorongás érzete. Az online térben való állandó és aktív jelenlét kihatással van a digitális generáció kommunikációs normarendszerére is. Napjainkra a személyes jelenlétű kommunikáció részévé vált az online tér alkalmazása. Több esetben megfigyelhető, hogy meghatározott szituációkban a digitális generáció tagjai a lehető legtermészetesebb megoldásnak tartják, hogy előveszik okoseszközüket, és az ott található információval egészítik ki személyes beszélgetésüket. A korábbi generációkhoz képest ők nem várnak arra, hogy majd otthon megkeressenek egy információt, ami a beszélgetésben jelentőséggel bírna, hanem azonnal rákeresnek az interneten (Tari, 2016).

## Generációk a médiaeszközök hálójában

Az információs technológia fejlődésével, a közösségi média felületek növekvő népszerűsége által egyre nagyobb hatást képes gyakorolni az online tér az alfa generáció tagjaira. A felhasználókat ért rendszeres impulzusok elkerülhetetlenül befolyásolják a kommunikációs szokásaikat és gondolkodásukat. Szécsi Gábor az *Ifjúság és társadalom a mediatisálódó világban* című tanulmányában utal Donald Roberts, Ulla Foehr és Victoria Rideout *Generation M2* című munkájának arra a megállapítására, miszerint a 2004 és 2009 közti időszakban jelentősen megugrott a 8–18 éves korosztály körében az eltérő médiaeszközök használata (Szécsi, 2016). A digitális generációk (Y, Z, alfa) esetében jól érzékelhető, hogy az online tartalmak esetén előnyben részesítik a képi és hang általi megjelenítést a szöveges tartalmakkal szemben (Guld, 2022). Az elsősorban a digitális generáció által rendszeresen használt új fogalmak és szóképlet sok esetben épít a rövidítésekre és legfőképpen a beszéd, az írásos nyelv, valamint a képi megjelenítés kombinációjaként született sajátos, képies nyelv elemeire. Ez a kreatív nyelvhasználatot megalapozó képies nyelv segíti abban az új kommunikációs technológiákat használó, digitális nemzedékeket, hogy könnyebben tudjanak váltani a virtuális és a valós kommunikációs kontextusok között (Szécsi, 2013). A Z generáció tagjai átlagosan 5-6 órát is eltöltenek az online média világában, míg ez a szám még tovább emelkedett a középiskolás diákok körében. Megfigyelhető ennél a korosztálynál, hogy hétvégeként ez a szám tovább növekedett, ami alapján elmondható, hogy az online médiafogyasztás már szabadidős tevékenységként jelenik meg (Guld, 2022).

A fiatalok médiaszokásairól szóló eddigi legmeghatározóbb tanulmányt a Kaiser Family Foundation megbízásából a *Generation M: Media in the Lives of 8-18-Year-Olds* című könyvben jelentették meg. A felmérés 2032 fiatal statisztikailag reprezentatív mintavételére összpontosított, akik közül 694-et választottak ki részletesebb vizsgálatra a hétnapos médianapló vezetése révén. Az eredmények azt mutatják, hogy a fiatalok átlagosan napi 6,5 órát töltenek a médiával - a hét minden napján, beleértve az iskolai napokat is” (Hayles, 2007:189.). Vélhetően ez a szám a kutatást követő években még magasabb értéket mutat a vizsgált korosztály esetén. Az említett időintervallum megközelítőleg egy átlagos tanítási nap idejét teszi ki időben, így beláthatjuk, hogy egy ilyen szintű napi tevékenység hatásai megkerülhetlenné válnak.

A mindennapok részét képezi a naprakész, vagy akár az azonnali információ megszerzésének igénye. Sok esetben már beépülni látszik e generáció tagjainak személyes kommunikációs normarendszerébe is az offline és online tér közötti átjárás lehetősége. Megjelent a személyes kommunikáció részeként is a különböző médiafelületek használata. Képzünk el azt a szituációt, amelyben beszélgetőpartnerünk nem ismeri az általunk említett harmadik felet, ezért ő azonnal előveszi okos telefonját és az általa használt közösségi felületen rákeres az illető nevére. Egy ilyen élethelyzet mára teljesen elfogadott cselekmény egy-egy személyes interakció során is. Ez alapján elmondható, hogy a személyes kommunikációban alkalmazott normarendszer kiegészülni látszik, amely nem mindenki számára teljesen elfogadott, mivel a teljes személyes jelenlétet hiányolják e cselekvés kapcsán. Így kifejezetten a Z és alfa generáció tagjait érinti az offline és online világ közti gyors mozgás igénye és a mindennapjaikat általánosságban is jellemző multitasking. Az online tér és a

valós, fizikai világ folyamatos váltogatása azonban azt eredményezi, hogy ennek „a nemzedéknek a társadalmi, kulturális kötődései már nem értelmezhetők a társadalmi-közösségi, virtuális-valós, globális-lokális fogalmi dichotómiák jegyében. Ez az ifjúság már a hálózati társadalmi hibrid (fizikai-virtuális), mediatizált közösségeiben újratermelődő globalitásokban érzi otthon magát” (Szécsi, 2016, p. 67).

Az elmúlt időszakban még nagyobb teret kapott a modern technológiai eszközök mindennapos használata, a médiafelületek rendszeres figyelése, vagy akár a közösségi oldalakon eltöltött aktív órák száma. E folyamatok nagy valószínűséggel megkerülhetetlen részét képezik világunk elektronikai, technológiai fejlődésének. Megállapítható azonban, hogy a vírushelyzet (COVID-19) hatására még inkább felgyorsult az említett folyamat, aminek eredményeként egyre több és több órát töltünk az eltérő elektronikai eszközök előtt. Ez a jelenség minden generációt érint. A vírus megjelenését követően szinte robbanásszerűen kezdtünk el az online tér felé sodródni, olyan mindennapi tevékenységek során is, amelyek azt megelőzően személyes részvétellel zajlottak. Ilyen jellegű változásokon mentek keresztül az oktatási intézmények, amelyek tanórái átkerültek az online térbe. A home office elterjedésével egyre gyakrabban online formában tartották meg a munkahelyi értekezleteket, és folyamatos a mindennapi ügyintézéshez szükséges online platformok fejlesztése is.

A digitális generáció tagjai számára éppúgy meghatározó kommunikációs csatorna a virtuális tér, mint a személyes jelenléttel történő interakciók. Az online és offline tér drasztikus szétválasztását indokolatlannak tartják, így a virtuális felületek kiegészítik mindennapi személyes kommunikációs formáikat (Szécsi, 2016). A közösségi felületek lehetőséget biztosítanak arra, hogy sokkal több emberhez jusson el az információ, mint a személyes, offline térben. A nagyszámú elérésen túl kialakíthatjuk személyes online hálózatunkat is, így minden számunka kommunikálni kívánt információ azonnal elérhetővé válik a hálózatunk vagy személyes közösségünk tagjai számára.

A fenti jelenségek természetesen a személyes interakciók során is megvalósulhatnak, azonban a virtuális tér lehetőséget kínál arra, hogy ezek a folyamatok gyorsabban és a hagyományos interakcióhoz képest lazább kötelekek mentén valósulhassanak meg. Hozzájárulva ezáltal napjaink elvárásainak teljesítéséhez: egyfelől, hogy minél hatékonyabban és minél rövidebb idő alatt tudjunk információhoz jutni, másrésről, hogy minél több személy részére tudjuk azt egy időben közvetíteni. Lehetnek azonban a gyors információközvetítésnek a veszélyei is. Ezért a legfontosabb a kommunikáció során, hogy a közvetíteni kívánt információ mindig legyen hiteles, és álljon összhangban a kommunikálni kívánt értékkel. Ahogy személyiségükben is eltérőek az emberek, úgy a megválasztott kommunikációs csatornák és célcsoportok is különbözőek lehetnek. Fontos azonban a kommunikálni kívánt információ, az annak közvetítésekor megválasztott közösség, valamint a kommunikációs csatorna közötti összhang megtalálása (Márton-Koczó-Papp, 2013).

A digitális generációk médiafogyasztási szokásai kapcsán sokszor hallhatjuk a multitasking kifejezést. A multitasking, azaz a feladathalmazással együtt járó párhuzamos eszközhasználat alapvetően az időhatékonyságra való törekvés gyümölcse, ami napjainkra mind erősebben jellemzi a médiahasználati szokásokat is. Ennek a párhuzamos mé-

diaeszköz-használatnak az általánossá válása figyelhető meg az Y, Z és alfa generáció tagjai esetében is. Ha például csak a mobiltelefonjukat használják, akkor is több olyan platformon vannak egyidejűleg jelen, amelyet felváltva használnak. Az állandó és gyors impulzusoknak azonban az a következménye, hogy átlagosan 3 másodperc áll rendelkezésünkre egy alfa generációs diák figyelmének megragadására, és átlagosan 3 percig tudjuk fenntartani a figyelmét anélkül, hogy ne érje újabb impulzus a téma kapcsán. Ennek oka az állandó információs túlterheltség, vagyis az a jelenség, hogy állandóan szűrni próbálják a feléjük irányuló adatokat, és ennek során, ami számukra érdektelen, azt figyelmen kívül hagyják. Az állandó ingerek negatívan hatnak az alfa generációs diákok figyelemkoncentrációs képességére. Esetükben központi helyet foglal el otthon a számítógép, laptop és a többi szórakoztató médiaeszköz is. A digitális generáció tagjainál már egyre inkább megjelenik a rugalmas munkavégzés igénye, amelyhez elengedhetetlen, hogy a technikai feltételek is adottak legyenek. Így kiemelt szerepet kapnak a mozgatható és utazás közben is használatos multimédiás eszközök. Ezeket az eszközöket használhatják például az otthonról a munkába vezető úton is. Ilyenkor rádiót hallgatnak, ami máskor nem jellemző választásuk, de előfordulhat, hogy saját zenéiket keresgélnek valamelyik népszerű zenei platformon. Egyre jellemzőbb az is, hogy az utazási időt kihasználva beszélgetnek hosszabb ideig családtagjaikkal, barátaikkal mobiltelefonon (Guld, 2022).

Felgyorsuló világunkban a mindennapok leginkább meghatározó tényezőjévé vált az idő és a mobilitás kérdése. Éppen ezért munkájukat igyekeznek a technikai eszközök legpraktikusabb kihasználásával végezni. Fontos, számukra az adatvédelem kérdése, valamint az is, hogy az online térben, eszköztől függetlenül, bárhol bármikor hozzá tudjanak férni adataikhoz. Az iskolai jegyzetelést is egyre inkább meghatározza a tabletek erre a célra való használata. Így nem keverednek el a jegyzetek, sőt egyszerre digitalizálja is kézzel írott jegyzeteiket a program. Mindenképpen érdekes az a megfigyelés is, hogy ha a digitális generáció tagjait kérdezzük a médiaeszközök társaságában töltött idejükről, általánosságban elmondható, hogy kisebb időintervallumot érzékelnek a valóban eltöltött időhöz képest (Guld, 2022). A mobilitás minden eddigénél több lehetőséget biztosít a fiataloknak az utazásra. Lakhatnak és dolgozhatnak másik városban, és tölthetik hétvégéjüket az otthonuktól távol, az okoseszközök lehetőséget adnak arra, hogy bárhol hozzáférjenek adataikhoz. Így bármilyen helyen tudnak dolgozni, tanulni, zenét hallgatni, vagy éppen az egyre népszerűbb streaming szolgáltatóknak köszönhetően akár televíziós készülék nélkül nézni kedvenc műsoraikat (Guld, 2022).

Az elmondottakból adódóan a fiatalok a könnyen hozzáférhető és minél könnyebben értelmezhető információkat részesítik előnyben még abban az esetben is, ha számukra egy fontos kérdés megoldásáról van szó. Az információfeldolgozás során mindenképpen a horizontális információ-átadást preferálják a hierarchikus információ-átadással szemben. Azt a kérdést, hogy kit tisztelnek és kire néznek fel, önmaguk szeretik eldönteni, egyre kevesebb esetben ismerik el a pozícióból fakadó tekintély jelentőségét (Guld, 2022).

A tartalomfogyasztásnál elsőbbséget élveznek a gyorsan megtekinthető 2-4 perces videó anyagok, amelyek könnyen értelmezhetőek, és bármelyik okoseszközön lejátszhatók. Napjainkban egyre népszerűbb tevékenységforma a digitális generáció tagjai körében,

hogy ők maguk is részt vesznek ezeknek a tartalmaknak a gyártásában. Az állandó impulzusok hatására egyre feljebb tolódik a digitális generáció ingerküszöbe, aminek hatására sokszor már a rövid 60 másodperces videó anyagokat is felgyorsítva nézik. Ennek egyenes következménye például, hogy ha az alfa generáció tagja egy kétórás filmet szeretne végignézni, szinte biztos, hogy a film alatt előkerül az okostelefon is, amire párszor rá is néz, hogy kapott-e üzenetet. Az ilyen esetekben, ahol nagyobb jelentősége van a mélyfigyelemnek, vagyis annak a képességnek, hogy egyidőben figyelmüket kizárólag egy dologra tudják fókuszálni, egyre nehezebb az alfa generáció tagjainak a figyelmét lekötni. Így a filmek is mind több impulzust próbálnak átadni, hogy meg tudják ragadni a generáció tagjainak figyelmét (Guld, 2022).

A digitális generáció tagjainál egyre ritkább, hogy a hagyományos értelemben televíziót nézzenek, kivételt képez ez alól, ha családtagjaikkal közösen teszik azt. A hagyományos értelemben vett televíziózás már nem jelenik meg befolyásoló tényezőként a digitális generáció médiafogyasztási szokásai közt, azonban valójában ők is televíziós tartalmakat fogyasztanak csak más módon, más keretek között teszik azt. Még az Y generáció gyermekkorában is elfogadott volt, hogy a műsorújságban előre megtekintették, mikor milyen műsort tudnak megnézni, addig a leírt lineáris modellen alapuló mediasugárzás napjainkra már nem összeegyeztethető a digitális generáció tagjainak napi rutinjával és életritmusával. Az alfa-, Z vagy Y generáció tagjai ma már elsősorban az utazás során és a tanulás (munka) előtt és után kívánnak kikapcsolódni. A szórakozás gyanánt sok esetben azokat a tartalmakat is megnézik, amelyek akár évekkal korábban jelentettek újdonságot a TV-ben, a különbség az, hogy ők a streaming csatornák segítségével teszik ezt meg. Így akkor nézhetik az adott sorozatot vagy filmet, amikor ők szeretnék; a reklámok megtekintése nélkül megállíthatják, vagy éppen visszatekerhetik az adott részt, de ha úgy tartja kedvük egy hétvége alatt is végignézhetnek egy teljes sorozatot, amire a televízióban akár több hetet is várni kell (Guld, 2022).

## **A figyelem és koncentráció fejlesztésének lehetőségei**

Ahhoz, hogy fokozni tudjuk a digitális generáció tagjainak tanulási kedvét, és fejleszthesük kompetenciáikat, éppen azokhoz az eszközökhöz kell folyamodnunk, amelyek több audiovizuális inger egyidejű hatására építenek. Egyre inkább körvonalazódní látszik, hogy a digitális generáció tagjai másképp tanulnak, mint az őket megelőző generációk. Számukra a frontális oktatás, azaz hogy a tanár a teremben a tábla előtt közli az információt, amelyeket a diákoknak hallás után kell befogadniuk, több szempontból is kevésbé hatékony, mint más tanítási módszerek. Az előzőekben (Balla, 2018) elemzett felmérésből is láthatóvá vált, hogy a digitális generáció számára a hallás utáni szövegértés jelentette a kihívást. Noha az eredmények sürgetik a tanítási stratégiák megváltoztatását, joggal vetődhet fel a pedagógusokban és szülőkből, hogy a tanuláshoz mindig is voltak olyan területei egyénektől függően, amelyek nehézséget jelentettek, és ezért több odafigyelést igényeltek. Meglátásunk szerint azonban a két megállapítás nincs szöges ellentétben egymással. Megvalósítható a megváltozott tanulási módszerek figyelembevételével, hogy más tanítási stratégiákat alkalmazzunk úgy, hogy a kívánt kompetenciák fejlesztése mégis megtörténjen. Így a Z és alfa generáció esetében is fontos figyelmet fordítanunk arra, hogy



az oktatási gyakorlatba integrálhatók legyenek az online tartalmak (digitalizáltság), vagy hogy ezek a tartalmak bárhol és bármilyen eszközről elérhetőek legyenek (mobilitás) az iskolákban. A digitális eszköz bevonása mellett nagy szerepet kell fordítani az interakciónak, az azonnali visszajelzésnek, ami által az információ átadása is gyorsabbá és hatékonyabbá válhat. A tanulók érdeklődését könnyebb fenntartani, ha egy adott problémakört több aspektusból (komplexitás) vizsgálunk meg (Boronkai, 2017). A multitasking jelensége különösen nagy kihívás elé állít tanulót és pedagógust, hiszen a generáció tagjainak sajátossága, hogy az olvasás során nehezen vetik alá magukat az elmélyült olvasásnak, vagy éppen a hagyományos oktatási módszereknek, miután inkább a képi sémákban gondolkodnak. Így jobban fókuszálnak az interaktív, élményalapú, játékos megoldásokra az oktatás során. A technológia fejlődése, az internet térhódítása mindinkább ezt a folyamatot erősíti, ami miatt az oktatási rendszernek felkészültté kell válnia arra, hogy az IKT eszközök használatával megtalálja azokat a didaktikai módszereket, amelyek képesek a digitalizáció felhasználásával felkelteni a generáció figyelmét a hagyományos értékek iránt is (Néma, 2023). A mindennapjainkat behálózó online tér következményeként számos új képességet kellett elsajátítania minden generáció tagjának. Fontos kiemelni, hogy az alfa generáció tagjai azok, akik a leghamarabb találkoznak a digitális eszközökkel és az online térrel. A digitális készségek mellett, amelyeket igen korán elsajátítanak az alfa generáció tagjai, fontos megemlíteni a digitális intelligencia kialakulását is, amelyet további „képességcsomagként” definiáltak.

1. ábra: A DQ Intézet, DQ projekt modellje és a TÉR/IDŐ blog által javasolt fordítások felhasználásával



*Forrás: szerző saját szerkesztése*

Az ábrán látható nyolc képesség elsajátítása sok esetben a többi generáció részére is kihívást jelent, az alfa generáció tagjai azonban már sok esetben az általános iskolai éveik alatt az online tér használóivá válnak (Földvári, 2017). Az internetes felületeken sok esetben már „összeolvadnak a szóbeliség és írásbeliség kommunikációs keretei” (Néma 2023, p. 105). A technológia felgyorsult fejlődése lehetőséget biztosít az állandó online jelenlétre, azonban ennek következményeként kifejezetten a digitális generáció tajai (Y, Z, alfa) egyre nehezebben tudnak „lelassítani” a mindennapi mókuserékben. Ez a fajta kommunikációs tempó sokak számára lehet egyúttal nyomasztó is. Gondoljunk például a napjainkat érintő frissítésekre, amelynek köszönhetően, láthatóvá válik, hogy a másik fél elolvasta-e már az általunk küldött SMS-t. Ez a funkció közösségi felületeken már eddig is működött, de az SMS küldésekor még nem volt látható. Minden újítás azt a célt szolgálja, hogy a lehető leggyorsabban jussunk hozzá a számunkra szükséges információkhoz, és hogy arra motiváljon bennünket, hogy állandóan elérhetőek legyünk mások számára.

Számos kutatás (így például az OECD Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet felmérései) foglalkozik azzal a kérdéssel, hogy szükséges az alapkészségek mellett az olyan szociális készségekre (soft skill) is hangsúlyt fektetni, amelyek éppen a globalizációs folyamatok kapcsán jelennek meg (Lannert, 2023). A technikai tudás mellett az érzelmi nevelésre is nagyobb hangsúly kell fektetni. Hazánkban rendkívüli jelentőséggel bír a tehetséggondozás, de emellett folyamatosnak kell lennie a lemaradó tanulók felzárkóztatásának is. Egy diák lemaradása mögött számos olyan indok húzódhat, amely átmeneti csupán, és a lemaradás orvosolható lenne, de ha már a kezdeti időszakban elmarad társaitól, és a sikertelenség élményét viszi folyamatosan maga előtt, akkor így akár egy tehetséges diákot is „el lelehet veszíteni”. Ezért fontos cél, hogy megtaláljuk az egyensúlyt, hogy „ne kedvetlenítsük el a gyorsan haladó tanulókat, és ne idegenítsük el a lassabban tanulókat sem” (Lannert, 2023, p.16). Elkerülhetetlen tehát, hogy az említett jelenségekre reflektáljunk, mégpedig úgy, hogy nem ellenségként tekintünk ezekre a technológiai folyamatokra, hanem újra definiáljuk a hagyományok és a kulturális értékek átadásának módját a megváltozott információszerzési módszerek figyelembevételével (Néma, 2023). Az oktatáspolitikai is egyre nagyobb hangsúlyt fektet az úgynevezett „digitális transzformációra”, aminek célja a papír alapú könyvek szövegeinek digitalizálása, majd azok animációkkal, illusztrációkkal való ellátása. A folyamat során egy élményszerű, interaktív, tanulásorientált, mégis élményalapú, szinte játékos tanítás veheti kezdetét az okostankönyvek felhasználásával. A digitális oktatás és a digitális tartalmak gyártását vitathatatlanul felgyorsította a 2021 és 2022-es évben elterjedő világjárvány, amelynek során számos országban időszakosan áttértek az oktatási intézmények az online oktatásra. Fontos jelentéssel bírhat azok számára is, akik még nem nyitottak a digitális anyagok felhasználására, hogy a digitális tananyagok és az azokat támogató anyagok készítésekor nagy figyelmet fordítsanak arra, hogy a kreatív és interaktív tartalmak készítésekor nem térnek el a fejlesztési céloktól és az eredeti ismeretelméletektől sem. Ez a nézet lehetőséget biztosíthat azok számára is az új didaktikai megközelítés befogadására, akik mindezidáig a hagyományos vagy úgymond digitalizált tartalmaktól és IKT eszközöktől mentes oktatást részesítették előnyben (Karkó, 2023).

Pár évvel ezelőtt még úgy tekintettünk pedagógusként a digitális oktatásra és az IKT eszközökre, hogy azok majd csak a távolabbi jövő részét fogják képezni. Napjainkra azonban egyre többen igyekeznek az oktatás részévé tenni ezt az eszköztárat. Zenetanárként érdeklődéssel figyelte a szerzőpáros tagja, hogy az ének-, szolfézs-, vagy zeneelmélet órákba hogyan tudnak a digitális tartalmak beépülni. Meglátása szerint azonban, mindinkább feltérképezve az alfa generáció jellemzőit, mögöttes motivációit, úgy látja, hogy a digitális tartalmak éppen az olyan elméleti órák kiegészítésére nyújthatnak megfelelő lehetőséget, amelyek nehezebben tudják felkelteni a diákok érdeklődését, vagy amelyek a hangszeres tanulás nélkül önmagukban kevésbé gyakorlat orientáltak.

A témát mind mélyebben tanulmányozva érzékelhetővé vált, hogy kizárólag a kreativitás szabhat határokat a hagyományos módszertanok újragondolásának, és hogy a feladatok tekintetében is mennyire átjárhatók a különböző diszciplínák határai, a tanórák tematikai keretei. Izgalmas megközelítést jelent például az Új Köznevelés című folyóiratban olvasott módszer, amelynek keretében a Code&Go robotgeret használják a ritmusképletek gyakorlására. A „feladat során az irányokat egyes ritmusokhoz kapcsoltuk, és az általam letapsolt ritmusképlet alapján kellett az útvonalat betáplálni. A feladat menete módszertanilag teljesen megegyezik egy ritmusdiktálás menetével” (Juhász 2023, p. 11). Az újra gondolt feladat azonban nem kizárólag a diákok figyelmét képes könnyebben megragadni, de a sokak számára elsőre rendkívül nehéznek tűnő feladatokat egyszerre játékosan is közelíti meg. Természetesen attól, hogy a módszer során a játékos, élményalapú megközelítést választjuk, még megmarad az alapvető cél, a tanulás és az ismeretanyag átadása, de ezáltal leveszi a terhet azon diákok válláról, akik szorongással tekintenek egy-egy feladat megoldására (Juhász, 2023).

## **A zenetanulás lehetőségei a figyelem és koncentráció fejlesztésében**

A korábbiakban kitértünk a digitalizáció és az online tér pozitív és negatív hatásaira, illetve arra, hogy miként is befolyásolja az alfa generáció tagjainak mindennapi kommunikációs és tanulási szokásait az online tér. Elemeztük továbbá, hogy ezek a korábbi generációkétől eltérő szokások hogyan befolyásolják a digitális nemzedék mindennapi rutinját. Úgy véljük, a zenetanulás és a zenepedagógiai módszerek segítséget jelenthetnek az alfa generáció esetében bizonyos kompetenciák fejlesztésében.

A zene pozitív transzferhatásairól számos olyan kutatás látott napvilágot, amely kitér a tanulási és szociális készségek fejlesztésére. A zenei tanulmányok kitartásra és energiabefektetésre tanítják a diákokat. A hangszeres tanulmányok sok esetben nem tudnak azonnali eredményt biztosítani, így megtanítja a gyermekeket a türelemre, a kitartásra és arra, hogy a hosszú távú energiabefektetés elengedhetetlen a sikeres jövőjükhöz. Meleg Csilla nevelésszociológiai tanulmányában vizsgálja az „azonnali jutalmazás” és a „késleltetett jutalmazás” vonzatait. Azonnali jutalmazás alatt azt érti, mikor egy fiatal lemondva a nagyobb időintervallumú tanulásról és saját fejlesztési lehetőségeiről az azonnali jólét reményében inkább munkába áll. Ez azonnali visszacsatolással jár, mert amíg korábban nem rendelkezett önálló keresettel, addig a munkába állással hamar önállóságra tehetnek szert. Azonban figyelembe kell venni azt is, hogy „a reciprocitás elve alapján a nagyobb

befektetést, a hosszabb képzés és ezzel együtt nagyobb anyagi ráfordítást választók késleltetetten kapják meg jutalmukat” (Meleg 2015:28-29). Nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy azok viszont, akik a hosszadalmasabb képzési idő és jelentősebb energia ráfordítása mellett döntenek, a megszerzett kulturális tőke segítségével nagyobb eséllyel tudnak egy jó társadalmi státuszt betölteni (Meleg 2015). Az elemzések alapján a digitális generáció tagjai, kiemelten is az alfa generációs gyermekek számára vonzóbb lesz az olyan életpálya, amely az azonnali jutalmazás ígéretét rejt magában. Ezért is figyelhető meg, hogy az alfa generáció tagjai mintegy életcélként tekintenek az influencer tevékenységre, míg ha visszagondolunk a korábbi időszakok influencereire, akiket még nem így neveztek, hanem inkább csak „reklámarcnak” tekintettek, egytől egyik olyan személyek (befutott színészek, énekesek, modellek), akik saját szakmájukban már sikereket értek el (Vágóné 2023). A legfiatalabb generáció tagjai azonban már szívesen ugranának át lépcsőfokokat karrierjük építésekor. Úgy véljük azonban, hogy a zeneiskolai tanulmányok, a gyakorlati hangszeres tanulás és annak elméleti megalapozása lehetőséget nyújthat arra, hogy úgy kapják meg a diákok az azonnali visszacsatolás lehetőségét a zenetanártól, hogy ezzel egy időben elsajátíthatják a késedelmes jutalmazás érzését és az azzal járó tapasztalati felismeréseket. Ez azért is fontos, mert az alfa generáció tagjai talán az eddigi legszorongóbb nemzedékhez tartoznak, ami nagy valószínűséggel az online világ kondicionálásának következménye. Abban az esetben, amikor egy személyiségében még nem kifejtett fiatal túlzottan az online világ rabja lesz, megszokja az azonnali visszacsatolást és azt, hogy ettől függ a boldogsága és önértékelése. Természetesen egy megfelelő önértékeléssel rendelkező felnőttre ez nincs már ekkora hatással. Egy kiváló zenetanár mentorálásával az említett azonnali visszacsatolások részei a hangszeres tanóráknak. A zenei órákon az elméleti órák csoportosan történnek, azonban a hangszeres tanulást egyéni órák keretében tartják. Így az órák alkalmasak arra, hogy egy diák egyéni fejlesztésére koncentráljon a pedagógus. Kiemelten jótékony hatásúnak véljük, hogy míg az online térben számos esetben nem a szakmai elismerések alapján kapják a fiatalok a pozitív vagy negatív megerősítéseket, addig ezekre a visszacsatolásokra a hangszeres órákon kizárólag a szakmai fejlődés alapján kerülhet sor. Ez a gyakorlat – eltérően az online világban tapasztaltaktól – jelentős mértékben hozzájárulhat a fiatalok személyiségfejlődéséhez, a megfelelő önérétkelés kialakításához. Noha a szakmai kompetenciák fontossága megkérdőjelezhetetlen a hangszeres órákon, egy kiváló zenetanár ennél több dolgot is figyelemmel követ. A zeneiskolai tanulmányok nem kizárólag hangszeres órákból állnak, azokat kiegészíti az elméleti óra (szolfézs), a zenekari játék, vagy kamarazenei órák is. Az elsajátítandó ismeretek komplexitásából adódóan a tanár figyelemmel kíséri a diákot tanulmányai során, és lehetősége van olyan kompetenciák visszacsatolására is, mint a szorgalom, kitartás és lelkesedés. A szorgalom és kitartás olyan készségek, amelyek legkönnyebben egy mentor segítségével sajátíthatók el. Minden gyermek esetében más tölti be a mentor szerepét. Vannak, akik a családtagjaikhoz kapcsolják ezt a szerepet, míg mások a pedagógusokhoz, osztálytársakhoz vagy éppen sikeres emberekhez. A szorgalom kérdése az általános iskolai osztályzások részét is képezi. Az érdemjegy általi visszacsatolás is fontos, azonban a zenei órákon rendszeres szóbeli megerősítést kapnak a diákok szorgalmukról, illetve útmutatást is kí-

nálnak nekik az otthoni gyakorlás menetéhez. Megtanulják, hogyan gyakoroljanak egyedül olyan zenei részleteket, amelyek nehézségeket jelentenek számukra. A problémamegoldó készség fejlesztése pedig hozzájárul ahhoz, hogy az általános iskolai tantárgyak kapcsán is jobban tudjanak teljesíteni egy felmerülő nehézség esetén. Ilyen módon a felmerülő nehézségekre kihívásként tudnak tekinteni, és jól felépített terv alapján tudják megoldani.

Mint arra Douglas kutatása rávilágít, az iskolai osztályokba sorolással látens módon erősítik a gyermekekben a képességbéli szelekciót, ami a későbbiekben társadalmi szelekciós folyamatok forrásává válhat (Meleg 2015). A gyermekek hajlamosak arra, hogy az őket körülvevő személyeket és az őket befogadó csoporttól elvárt viselkedési mintát kövessék. Így például egy közepes tanuló egy kiváló osztályban szorgalmas barátok mellett várhatóan jobb teljesítményt fog nyújtani, mint egy olyan osztályban, ahol nála gyengébb tanulókkal van körülvéve (Meleg 2015). A zeneiskolai tanulmányok lehetőséget biztosítanak a diákoknak, hogy olyan gyerekek társaságában töltsék szabadidejüket, akik hozzájuk hasonlóan gondolkodnak, és akikkel megegyező az érdeklődési körük. Emellett a különböző szociokulturális és szocioökonómiai családi háttérrel rendelkező zeneiskolai tanulók is hatást gyakorolhatnak egymásra (Meleg 2015). Így a zenetanulás a pozitív visszacsatolásban, a kitartásban csakúgy közrejátszik, mint a kedvező szocializációs folyamatokban, ellensúlyozva az Y, Z és alfa generáció médiafogyasztási szokásaiban rejlő kihívásokat.

## Összegzés

Az újmédia jelensége és a digitalizációs folyamatok mindinkább hatással lettek napi rutinjainkra, ami befolyást gyakorolhat életünk minden területére, így az oktatás gyakorlatára és módszertanára is. Emiatt a jövő pedagógiájának meg kell találnia azokat a módszereket, amelyek megfelelő módon reflektálnak a digitalizáció és online tér okozta hatásokra, és ilyen módon hozzájárulhatnak az alfa generációs diákok tanulási hatékonyságának javításához. Kutatásunk célja volt kideríteni, hogy miért és hogyan változnak meg az alfa generáció tanulási szokásai az őket megelőző nemzedékek ismeretelsajátítási eszköztárához képest az újmédia hatására. Másrészt arra a problémára kívántunk reflektálni, és megoldást keresni, hogyan lehet alkalmazkodni a megváltozott tanulási szokásokhoz a zenetanulás segítségével, és miként lehet fejleszteni bizonyos készségeket a zenepedagógiai módszerek alkalmazásával.

## Köszönetnyilvánítás

„A KULTURÁLIS ÉS INNOVÁCIÓS MINISZTERIUM ÚNKP-23-3-II-PTE-2144 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”



## Irodalomjegyzék

- Boronkai, D. (2017). „Média-szöveg-értés”: Új média az anyanyelvtanításban. *Anyanyelv-pedagógia*, 10(2), 50-60. [https://www.anyanyelvpedagogia.hu/img/keptar/2017\\_2/Anyp\\_X\\_2017\\_2\\_5.pdf](https://www.anyanyelvpedagogia.hu/img/keptar/2017_2/Anyp_X_2017_2_5.pdf)
- Földvári, I. (2017). Felkészült gyermeke a digitális jövőre?: DQ projekt. *Új köznevelés*, 73(8-9), 18-27. <https://folyoiratok.oh.gov.hu/uj-kozneveles/dq-projekt>
- Guld, Á. (2022). *A Z generáció médiahasználata: Jelenségek hatások kockázatok*. Libri.
- Haffner-Kiss, A. (2022). Az ösztöndíj pályázathoz kapcsolódó kommunikációs szokások vizsgálata a Z és Y generáció tagjainak körében. *Kultúratudományi Szemle*, 4(3-4), 125-134. doi: 10.15170/KSZ.2022.04.03-04.08
- Hayles, N. K. (2007). *Hyper and Deep Attention: The Generational Divide in Cognitive Modes*. *Profession*, 187-199. <http://www.jstor.org/stable/25595866>
- Juhász, R. (2023). Digitalizált énekóra. *Új Köznevelés*, 79(4), 9-11. [https://folyoiratok.oh.gov.hu/sites/default/files/journals/uj\\_kozneveles\\_2023\\_04\\_online.pdf](https://folyoiratok.oh.gov.hu/sites/default/files/journals/uj_kozneveles_2023_04_online.pdf)
- Karkó, Á. (2023). A digitális transzformáció. *Új Köznevelés*, 79(5-6), 17-18.
- Komár, Z. (2017). Generációelméletek. *Új Köznevelés*, 73(8-9) 14-16.
- Lannert, J. (2023). Mit és hogyan tanítsunk a 21. században? *Új Pedagógiai Szemle*, 73 (1-2), 13-30. [https://upszonline.hu/resources/volumes/73/issues/01-02/upsz\\_73\(01-02\)\\_2023.pdf](https://upszonline.hu/resources/volumes/73/issues/01-02/upsz_73(01-02)_2023.pdf)
- Márton-Koczó, I., & Papp, E. (2013). A személyes márkáról. *Magyar Coacheszemle*, 2(2), 7-10. [https://epa.oszk.hu/02300/02303/00005/pdf/EPA02303\\_MC\\_2013\\_2\\_07-10.pdf](https://epa.oszk.hu/02300/02303/00005/pdf/EPA02303_MC_2013_2_07-10.pdf)
- Meleg, Cs. (2015). Nevelésszociológiai problémakörök és nézőpontok. In Varga A. (szerk.), *A nevelésszociológia alapjai* (pp. 19-47). PTE BTK NTI
- Néma, J. E. (2023). Szempontok a megváltozott olvasási szokások oktatási integrációjához a generációkutatás tükrében. *Új Pedagógiai Szemle*, 73(1-2), 100-108. [https://upszonline.hu/resources/volumes/73/issues/01-02/upsz\\_73\(01-02\)\\_2023\\_012\\_nema\\_judit-eszter.pdf](https://upszonline.hu/resources/volumes/73/issues/01-02/upsz_73(01-02)_2023_012_nema_judit-eszter.pdf)
- Pál E., & Törőcsik, M. (2013). Irodalmi áttekintés a Z generációról. In Pál E., & Törőcsik, M (Eds.), *Tudomány-kommunikáció a Z generációnak* (pp. 1-21). Pécsi Tudományegyetem KTK. [https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pal\\_torocsik\\_irodalmi\\_attekintes\\_a\\_z\\_generacio-rol\\_2013.pdf](https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pal_torocsik_irodalmi_attekintes_a_z_generacio-rol_2013.pdf)
- Szécsi, G. (2007). *Kommunikáció és gondolkodás. Tanulmány a nyelvi kommunikáció és a mentális világ kapcsolatáról*. Áron.
- Szécsi, G. (2010). A közösség mint bizalmi folyamat. In Gábor Gy. & Vajda M. (Eds.), *A lét hangoltsága. Tanulmányok a tudás sokféleségéről* (pp. 333-340), Typotex.
- Szécsi, G. (2013). Social and Linguistic Convergence in the Information Age. *Canadian Journal of Communication*, 38 (4), 639-648. doi: 10.22230/cjc.2013v38n4a2724
- Szécsi, G. (2016). Ifjúság és társadalom a mediatizálódó világban. In Karikó, S. (Ed.), *Az ifjúság a globális térben*. (pp. 65-87). Szegedi Egyetem Kiadó.
- Szécsi, G. & Koller, I. (2017). Community and Morality in the Digital Age. *Coactivity: Philosophy, Communication*. 25(1), 18-25. doi. 10.3846/cpc.2017.270.
- Szécsi, G. (2020). *A történetekbe zárt elme. Adalékok a narrativitás filozófiájához*. Akadémiai Kiadó.
- Tari, A. (2016). Társadalmi nárcizmus és én funkciók. In Karikó, S. (Szerk.): *Az ifjúság a globális térben* pp. (77-88). Szegedi Egyetemi Kiadó.
- Twenge, J. M. (2018). *iGeneráció - akik közösségi médián és okostelefonon nevelkedtek*. Édesvíz.
- Vágóné Ugró, Sz. (2023). Az influenszerek is befolyásolják a kamaszok személyiségfejlődését. *Új Köznevelés*, 79(8) 24-26.