

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI ELM VƏ TƏHSİL NAZİRLİYİ
XƏZƏR UNİVERSİTETİ

TƏBİƏT ELMLƏRİ, SƏNƏT VƏ TEXNOLOGİYA YÜKSƏK TƏHSİL FAKÜLTƏSİ

İxtisasın şifri və adı: 060209-Psixologiya
İxtisaslaşmanın adı: Ümumi psixologiya

Psixologiya departamentinin magistrantı
Xəyalə Ələkbərova Əliheydər qızının
magistr dərəcəsi almaq üçün

“Z NƏSLİNİN İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARINDAN İSTİFADƏSİ İLƏ
SOSİAL İNTELLEKT ARASINDAKI ƏLAQƏSİ”
mövzusunda

DİSSERTASIYA İŞİ

Elmi rəhbər:

Dr.,dos. Sevinc Allahyarova

İyun – 2023

Z nəslinin informasiya texnologiyalarından istifadəsi ilə sosial intellekt arasındakı əlaqəsi.

Xülasə

Dissertasiya Z nəslinin informasiya texnologiyalarından istifadəsi ilə sosial intellekt arasındakı əlaqəsi tədqiqinə həsr olunmuşdur.

“Nəsillər nəzəriyyəsinin müasir cəmiyyətdə tədqiqi” adlı I fəsildə müxtəlif nəsillər üzrə formalaşan stereotiplərin xarakter özünəməxsusluğu, mühitin və texnologiyanın müxtəlif nəsillərin sosial-psixoloji intellektinə təsiri, Z nəslinin psixoloji portreti əks olunmuşdur.

“İnformasiya texnologiyalarının Z nəsli nümayəndələrinin formalaşmasında rolu” adlı II fəsildə Qloballaşma dövründə Y və Z nəslinin özünəməxsus fəaliyyət aspektləri, İnternet və ünsiyyət texnologiyalarının müxtəlif nəsillərdə tətbiqi, Z nəslinin psixologiyasında informasiya texnologiyalarının mövqeyi təhlil edilmişdir.

III fəsildə Z nəsli nümayəndələrinin xüsusiyyətlərini araşdıran eksperiment keçirilmişdir. Sorğu Azərbaycanda Z nəsli nümayəndələrinin informasiya texnologiyalarından istifadəsinin onların sosial intellektinə təsirini müəyyənləşdirmək məqsədilə hazırlanmışdır. Z nəsli daima çevrələrini genişləndirməyə, yeni və fərqli insanlar tanımağa və onlarla ünsiyyət qurmağa çalışır və bu məqsəd üçün heç də hesab olunduğu kimi ancaq virtual vasitələrdən istifadəyə üstünlük vermir. Z nəsli insanlarla üz-üzə ünsiyyət qurmağı da, çox sevir. Bu nəslin nümayəndələri ilə ünsiyyət zamanı hər iki üsuldən də balanslı şəkildə istifadə önəmlidir.

Sonda tədqiqat nəticəsində əldə olunmuş nəticələr verilmiş, tədqiqat zamanı istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı verilmişdir.

The relationship of Generation " Z " between the use of Information Technology and social intelligence.

Summary

The dissertation is dedicated to the study of the relationship between the use of information technologies and social intelligence of generation Z.

Chapter I entitled "Research of generational theory in modern society" describes the personality of stereotypes formed by different generations, the influence of environment and technology on the socio-psychological intelligence of different generations, and the psychological portrait of generation Z.

Chapter II entitled "The role of information technologies in the formation of representatives of generation Z" analyzed the unique aspects of the activities of generations Y and Z in the era of globalization, the application of Internet and communication technologies in different generations, and the position of information technologies in the psychology of generation Z.

In chapter III, an experiment was conducted that investigated the characteristics of representatives of generation Z. The survey was prepared in order to determine the impact of the use of information technologies on the social intelligence of the representatives of generation Z in Azerbaijan. Generation Z constantly seeks to expand their circle, meet new and different people and communicate with them, and for this purpose they do not prefer to use only virtual means, as it is considered. Generation Z also likes face-to-face communication. A balanced use of both methods is important when communicating with representatives of this generation.

At the end, the results obtained as a result of the research are given, and a list of literature used during the research is given.

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	5
I FƏSİL. NƏSİLLƏR NƏZƏRİYYƏSİNİN MÜASİR CƏMİYYƏTDƏ TƏDQIQI	9
1.1. Müxtəlif nəsillər üzrə formalaşan stereotiplərin xarakter özünəməxsusluğu	9
1.2. Mühitin və texnologiyanın müxtəlif nəsillərin sosial-psixoloji intellektinə təsiri.....	18
1.3. Z nəslinin psixoloji portreti	27
II FƏSİL. İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARININ Z NƏSLİ NÜMAYƏNDƏLƏRİNİN FORMALAŞMASINDA ROLU	37
2.1. Qloballaşma dövründə Y və Z nəslinin özünəməxsus fəaliyyət aspektləri	37
2.2. İnternet və ünsiyyət texnologiyalarının müxtəlif nəsillərdə tətbiqi	45
2.3. Z nəslinin psixologiyasında informasiya texnologiyalarının mövqeyi.....	53
III FƏSİL:	65
3.1. Eksperimentin təşkili	65
3.2. Alınan nəticələrin təhlili	65
NƏTİCƏ	78
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	82
ƏLAVƏ	86

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Hazırda nəsillərdən danışarkən ən çox diqqət cəlb edən və bütün dünyanın elmi ədəbiyyatında haqqında danışılan, araşdırılan xalq arasında "zoomer" kimi tanınan Z nəslidir. Tədqiqatçılar və media 1990-cı illərin sonlarını doğum ilinin başlanğıcı, 2010-cu illərin əvvəlini isə doğum ilinin sonu kimi adlandırır. Z nəslinin əksər üzvləri X nəslinin övladlarıdır ki, hazırda cəmiyyətin əsas fiqurları da onlar hesab olunur.

Erkən yaşlarından internetə çıxış və portativ rəqəmsal texnologiya ilə böyüyən ilk sosial nəsil olan Z nəslinin üzvləri həm də "rəqəmsal yerlilər" adlandırılır. Əvvəlki nəsillərlə müqayisədə bəzi inkişaf etmiş ölkələrdə Z nəslinin üzvləri xoş xasiyyətli, ehtiyatlı və riskdən çəkinirlər. Öz yaşlarında olan sələflərindən daha sakit yaşamağa meyllidirlər. Yeniyetmələrdə evlilik və hamiləlik nisbətləri daha aşağıdır. Z nəslinin gəncləri yaşlı nəsillərdən daha çox akademik mövzularda narahatdırlar, performans və iş perspektivləri daha da genişdir. Onlar karyera qurmağa ailə qurmaqdan daha çox meyllidirlər. Qlobal miqyasda qızlar arasında yetkinlik yaşı XX əsrlə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə azaldığına dair sübutlar var, bu onların rifahına və gələcəyinə təsir göstərir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, Z nəslə yeniyetmələr və gənclər öz psixi sağlamlıq problemləri haqqında keçmiş nəsillərlə nisbətə daha çox məlumatlı olsalar da, yuxudan məhrum olma ehtimalları da bir o qədər yüksəkdir. Bütün dünyada Z nəslinin üzvləri elektron cihazlara əvvəlkindən daha çox, kitab oxumağa isə daha az vaxt sərf edirlər. Təhsil, karyera, şəxsi həyat, münasibətlər – hər biri informasiya texnologiyaları ilə sıx bağlıdır.

Mövzu yalnız Azərbaycan üçün deyil bütün dünya ölkələri üçün aktuallıq kəsb edir. Nəzərə alsaq ki, Z nəslə hazırda cəmiyyətin, eləcə də iqtisadiyyatın, təhsilin əsas aparıcı qüvvəsidir, mövzunun aktuallığını dərk etmək üçün kifayətdir.

Mövzunun işlənmə səviyyəsi. Nəsillər ilə bağlı və son dövrlərdə isə xüsusi olaraq Z nəslə ilə bağlı Azərbaycan elm tarixində kifayət qədər fundamental tədqiqatlar aparılmış, dəyərli əsərlər yazılmışdır. Xüsusilə mövzunun tədqiqatı yalnız professional şəkildə deyil, orta məktəb müəllimləri, tələbələr və digər bir çox sahənin mütəxəssisləri tərəfindən həyata keçirilən araşdırmaları və Z nəslə ilə bağlı yazılan tədqiqat işləri, məqalələr onu göstərir ki, Azərbaycan elm tarixində Z nəslə və ona aid olan bir sıra terminlərin, mövzunun müxtəlif aspektlərdən araşdırılması kifayət qədər səviyyəli, geniş şəkildə həyata keçirilmişdir. Lakin bu araşdırmalar hələ də beynəlxalq təcrübədə müşahidə etdiyimiz qədər mükəmməl deyildir. Odur ki, ümumilikdə yanaşsaq, bu sahənin öyrənilməsinə kompleks, müqayisəli araşdırmaların aparılmasına hələ də ehtiyac vardır.

Dissertasiya işinin ilk fəslı “**Nəsillər nəzəriyyəsinin müasir cəmiyyətdə tədqiqi**” adlanır və bu fəsil üç- “Müxtəlif nəsillər üzrə formalaşan stereotiplərin xarakter özünəməxsusluğu”, “Mühitin və texnologiyanın müxtəlif nəsillərin sosial-psixoloji intellektinə təsiri” , “Z nəslinin psixoloji portreti” adlı yarımbaşlıqlardan ibarətdir. İlk fəsildə nəsillər məsələsi, onların formalaşması tarixi, Z nəsli və onun, psixoloji durumu, xüsusiyyətləri araşdırılır. Eyni zamanda burada digər nəsillər və onların formalaşması tarixi, səbəbləri haqqında müxtəlif fikirləri göstərən məsələlər öz əksini tapmışdır.

“**İnformasiya texnologiyalarının Z nəsli nümayəndələrinin formalaşmasında rolu**” adlı ikinci fəsil isə ayrılıqda üç yarımfəsildən ibarətdir.

“Qloballaşma dövründə Y və Z nəslinin özünəməxsus fəaliyyət aspektləri” adlanan birinci yarımbaşlıqda iki nəsıl və onlar arasındakı oxşar fərqli xüsusiyyətlərin araşdırılması xüsusi yer tutur.

“İnternet və ünsiyyət texnologiyalarının müxtəlif nəsillərdə tətbiqi” adlı ikinci yarımbaşlıqda müasir dövrdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının Z nəslinin formalaşmasına, onların gündəlik həyat tərzinə olan təsiri müxtəlif aspektlərdən araşdırılır.

“Z nəslinin psixologiyasında informasiya texnologiyalarının mövqeyi” adlanan yarımbaşlıq altında qloballaşma dövründə informasiya texnologiyalarının, ağıllı telefonlar, kompüter, internet resursları, sosial şəbəkələr və s. insan psixologiyasına olan təsiri müəyyənəldirilir. Xüsusilə Z nəsli nümayəndələrinin hazırda texnologiyanın təsiri altında yaşaması məsələsi araşdırılır.

Dissertasiya işinin üçüncü fəslı təcrübi xarakter daşıyır. Üçüncü fəslin birinci hissəsində “Eksperimentin təşkili” həyata keçirilmiş, digər ikinci hissədə isə “Alınan nəticələrin təhlili” həyata keçirilmişdir.

Anket sorğusu məktəblilər və universitet tələbələri arasında aparılmış, alınan nəticələr təhlil edilmiş, həm nəzəri, həm qrafik formada sistemləşdirilmişdir.

Tədqiqatın obyektı Z nəslinin nümayəndələridir.

Tədqiqat predmeti Z nəsli ilə yanaşı, əlaqəli olan bütün nəsillərin yaranma şəraiti və səbəbləridir.

Tədqiqatın məqsədi Z nəsli ilə bağlı tədqiqata ehtiyac olan bir sıra terminlərin yenidən araşdırılması, onların müasir elm sahəsində və insanların sosial intellektinin inkişafındakı rolunu göstərməkdir.

Tədqiqatın fərziyyəsi digər nəsillərə nəzərən Z nəslinin nümayəndələrində "Multitasking" bacarıqları yüksəkdir və diqqətləri daha tez yayınır. İnformasiya texnologiyaları Z nəslinin sosial intellektinə, akademik göstəricilərinə və başqa insanlarla münasibətlərinə birbaşa təsir göstərir.

Tədqiqatın vəzifələri. Qarşıya qoyulmuş məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələri həll etmək lazımdır:

- Müxtəlif nəsillər üzrə formalaşan stereotipləri tədqiq etmək;
- Nəsillərin xarakter özünəməxsusluğunu araşdırmaq;
- Müxtəlif nəsillərin sosial-psixoloji intellekti mövzusunda toxunmaq;
- Z nəslinin psixoloji portretini yaratmaq;
- Y və Z nəslinin özünəməxsus fəaliyyət aspektləri
- Mövzu ilə bağlı anket sorğusu təşkil etmək;
- Nəticələri təhlil etmək və s.

Tədqiqatın metodları. Araşdırılan tədqiqat mövzusunun öyrənilməsi prosesinin müxtəlif mərhələlərində elmi ədəbiyyatın təhlili aparılmış, eyni zamanda müşahidə, təhlil, analiz və sintez metodlarından istifadə edilmişdir. Toplanılan materialların müşahidəsi və təhlili analiz metodunun nəticəsi kimi diqqətdən keçirilir. Anket sorğu təşkil olunaraq Z nəsli nümayəndələri arasında sorğu aparılmış, alınan nəticələr SPSS proqramı vasitəsilə analiz edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi Azərbaycan elmində Z nəslinin xarakterinin və psixologiyasının tədqiqi, bu mövzu ilə bağlı bəzi terminlərin araşdırılması.

Tədqiqatın informasiya bazası toplanmış və emal edilmiş statistik materiallar, dərsliklər və internet resurslarıdır. Azərbaycan elmi fəlsəfəsinin tədqiqatında neyrofəlsəfə və şüur ilə bağlı aparılan araşdırmalar, yazılan dərsliklər də elmi tədqiqat işinin informasiya bazası hesab oluna bilər.

Müdafiyyə çıxarılan əsas müddəalar və nəticələr. Tədqiqat zamanı aşağıdakı müddəalar və nəticələr təqdim edilmişdir:

1. Nəsillər nəzəriyyəsi haqqında araşdırma aparmaq;
2. Müxtəlif nəsillərin əsas xarakter özünəməxsusluğu haqqında təəssürat yaratmaq;
3. Mühitin və texnologiyanın nəsillərin psixoloji durumuna təsiri ;
4. Z nəslinin psixoloji portretini yaratmaq;
5. İnformasiya texnologiyalarının Z nəslinin formalaşmasında rolu
6. Y və Z nəslinin özünəməxsus fəaliyyət aspektləri;
7. İnternet və ünsiyyət texnologiyalarının müxtəlif nəsillərdə tətbiqi məsələsi;
8. Z nəslinin psixologiyasında informasiya texnologiyalarının mövqeyi;
9. Eksperimentin təşkili

Tədqiqatın nəzəri və praktik əhəmiyyəti. Qərbdə nəsillərin özünəməxsus xüsusiyyətlərini və dəyərlərini anlamaq və araşdırmaq sosial elm adamları üçün yeganə maraq sahəsi olmaqdan çıxıb. Son zamanlar iş dünyası da bu məsələ ilə yaxından maraqlanır. Hər bir

nəslin əsas sosial dəyərləri və istehlak vərdişləri böyümək dövründə ətraf mühitin və onları əhatə edən dəyərlərin təsiri ilə formalaşır. Bu mövzunun müasir cəmiyyətdəki rolu mütləq şəkildə araşdırılmalı və təhlil edilməlidir.

İşin strukturu. Tədqiqat işi giriş, üç fəsil, 8 yarımfəsil, nəticə, ədəbiyyat siyahısı, 1 əlavədən ibarətdir.

I FƏSİL. NƏSİLLƏR NƏZƏRİYYƏSİNİN MÜASİR CƏMIYYƏTDƏ TƏDQIQI

1.1. Müxtəlif nəsillər üzrə formalaşan stereotiplərin xarakter özünəməxsusluğu

Eyni dövrlərdə yaşayan və ortaq xüsusiyyətlərə malik fərdlərin yaratdığı qrupları nəsillər adlanır (Шамис Е.В. 2009). Nəsillər arasındakı fərqləri başa düşmək cəmiyyətin dəyişən ehtiyaclarına uyğun siyasət və proqramların hazırlanması üçün də vacibdir. Hər nəsillər özünəməxsus təcrübələr, dəyərlər və perspektivlər gətirir. Məsələn, texnoloji tərəqqi, kommunikasiya vasitələrindəki dəyişikliklər, mədəni transformasiyalar və iqtisadi şərait nəsillər arasında fərqli təsir göstərə bilər.

Sosial dəyişmə və transformasiya proseslərində nəsillər arasında qarşılıqlı əlaqələr və keçid dövrləri də mühüm rol oynayır. Bir nəsillər öz biliklərini, təcrübələrini və dəyərlərini növbəti nəsillərə ötürürsə, növbəti nəsillər bu irsi miras alır və dəyişdirir. Bu proses cəmiyyətin davamlı inkişafını və tərəqqisini təmin edir.

Nəsillər arasında anlaşma, əməkdaşlıq və dialoq cəmiyyətin birgə fəaliyyət və ümumi məqsədlərə çatmaq qabiliyyətini gücləndirir. İnsanlar arasında nəsillər fərqlərini dərk etmək, empatiya yaratmaq və qarşılıqlı hörmət əsasında ünsiyyət qurmaq ictimai birliyi və harmoniyayı dəstəkləyir.

Nəticə etibarlı ilə "nəsillər" anlayışı müəyyən bir zaman kəsiyində doğulub boya-başa çatdıqda bir araya gələn oxşar təcrübələrə, dəyərlərə və baxışlara malik insanlar qrupu kimi başa düşülür. Nəsillər arasındakı fərqlər və oxşarlıqlar sosial dəyişiklikləri başa düşmək, siyasətləri formalaşdırmaq və insanlar arasında effektiv ünsiyyət qurmaq üçün mühüm perspektiv təmin edir.

XX və XXI əsrlərdə nəsillərin təsnifatını həyata keçirsək, belə bir mənzərə yaranar: Ənənəvilər, Baby boomers, X, Y və Z nəsilləri. Jurnalistlər, tədqiqatçılar və ictimaiyyət cəmiyyətə nəsillərin prizması vasitəsilə baxırlar. Bu yanaşma oxuculara məlumatlarda özümüzü görməyə və harada olduğumuzu və ölkə kimi hara getdiyimizi qiymətləndirməyə kömək edə bilər.

a) Ənənəçilər ("səssiz nəsillər" və ya ən böyük nəsillər), 1928-1944-ci illər arasında doğulub. İdarəedici hesab olunurlar

b) Baby Boomer- 1945-1965-ci illər arasında doğulub, işgüzarlığa meyillidirlər.

c) X nəsilləri - 1965-1979-cu illər arasında doğulub. Enerjili, rahat nəsillərdir. İş və həyat balansını qorumağa çalışırlar. Z nəsillərin valideynləridir.

d) Y nəsilləri 1980-1995-ci illər arasında doğulmuşdur və adətən firavanlıq içində böyüyən və texnologiyaya sahib olan nəsillərdir.

e) Z nəsilləri 1996-cı ildən sonra anadan olanlardır. Texnologiyanın ən yüksək inkişaf səviyyəsinin nümayəndələridir.

KIV və tədqiqatçılar, o cümlədən Pyu Tədqiqat Mərkəzinin tədqiqatlarında qeyd olunur ki, nəsillər arasındakı sərhədlər tam olaraq elmi bir fakt deyil. Nəsil etiketləri stereotiplərə və həddən artıq sadələşməyə səbəb ola bilər. Bütün cənublular, bütün katoliklər və ya bütün qara amerikalılar eyni olmadığı kimi bütün milliəllər və ya bumerlər eyni deyil. Ümumi təcrübə və kimlik tanınmalıdır. Ən yaxşı halda onlar hətta imkanları genişləndirə bilərlər - amma bu fərdiliyin hesabına baş verməməlidir. Nəsil haqqında müzakirələr tez-tez oxşarlıqlara deyil, fərqlərə yönəlir.

İnsanlar zamanla dəyişir. Əvvəlki nəsillərin nümayəndələri “bugünkü uşaqlar”ın sələflərindən çox fərqli olduğunu söylədiyini tez-tez eşidirik. Gənclər həmişə valideynlərindən fərqli bir mühitə rast gəlirlər və böyükləri adətən bir qədər narahatlıq və narahatlıq bildirirlər. (Məsələn, “Onun saçları niyə yaşıl rəngə boyanıb?”) İnsanlar böyüdükcə, karyera qurduqca və ailə sahibi olduqca dəyişirlər. «Z» nəsli, şübhəsiz ki, 2050-ci ilə qədər dünyada başqa cür gəzəcək və fəaliyyət göstərəcək. Nəsil nümayəndələrinin yaşama müddəti bəzən uzun ola bilər, lakin gənclik özü daimi bir vəziyyət deyil. Terror aktları, müharibələr, tənəzzüllər və pandemiyalar kimi hadisələr onlardan ən çox əziyyət çəkənlərin imkanlarını və düşüncə tərzini yarada bilər. Eyni şəkildə deseqreasiya, doğuşa səmərəli nəzarət, Internetin ixtirası və süni intellektin yaranması kimi tarixi nailiyyətlər insanların həyat tərzini kökündən dəyişə bilər. (Dimok, 2023)

«Pew Research Center» tədqiqat mərkəzi illərdir ki, nəsillərlə bağlı tədqiqatlar aparır. Son illərdə biz də Z nəsli haqqında məlumat toplamağa başladılar. Onlar daha yüksək səviyyəli statistik analizlərlə təcrübə etməyin yollarını axtarmağa başladılar. Gələcəkdə nəsillərin tədqiqatlarına necə yanaşacağımıza qısa bir baxış:

Biz nəsilləri yalnız tarixi məlumatlara sahib olduqda analiz edəcəyik ki, bu da nəsilləri həyatın oxşar mərhələlərində müqayisə etməyə imkan versin. Nəsilləri müqayisə edərkən yaş aralığını nəzərə almaq çox vacibdir. Başqa sözlə, tədqiqatçılar həyat dövrünün eyni anında hər nəsil və ya yaş qrupunu nəzərdən keçirməlidirlər. («Yaş kohortu» eyni vaxtda doğulan bir qrup insanı ifadə etmək üçün qərribə bir üsuldur.)

Bu cür tədqiqatlar apararkən məsələ müasir gənclərin müasir orta və ya yaşlı insanlardan fərqli olub olmamasıdır. Sual budur ki, bu günkü gənclər keçmişdəki gənclərlə nə qədər və nələrdə fərqlənir?

Bu suala cavab vermək üçün xeyli vaxt ərzində toplanan məlumatların olması lazımdır. Standart sorğular belə analiz aparmağa imkan vermir. Yaş qrupları arasındakı fərqlərə baxa bilərik, amma zaman üzrə yaş qruplarını dəqiqliklə müqayisə edə bilmərik.

Zaman keçdikcə eyni yaşlı insanların qruplarını öyrənmək üçün məlumatlarımız olduqda, biz həmişə standart təriflərdən və nəsil etiketlərindən istifadə etməyəcəyik. Nəsil etiketləri sadə və atıcı olsa da, yaş kohortlarının təhlili üçün başqa üsullar da mövcuddur. Məsələn, bəzi

müşahidəçilər insanları doğulmalarının on illiyinə görə qruplaşdırmağı təklif edirlər. Bu, üzvlərin daha çox ortaq ola biləcəyi daha dar kohortların yaradılmasına səbəb olardı. İnsanları həm də əsas tarixi hadisələr (Böyük tənəzzül və ya COVID-19 pandemiyası kimi) və ya texnoloji yeniliklər (I Phone ixtirası kimi) zamanı yaşa görə qruplaşdırmaq olar. (Parker, 2023)

Nəsillər haqqında yalnız dəyərlər əlavə etdikdə, mühüm milli debatları irəli sürdükdə və əhəmiyyətli sosial tendensiyaları ortaya qoyduqda danışman daha uyğun olacaq.

İnsanların qavrayışları, gözləntiləri, prioritetləri, həyata baxışları və son nəticədə davranışları zaman anlayışından asılı olaraq dəyişir. Bir-birinə yaxın doğulan insanların oxşar xüsusiyyətlərə malik olması və hər nəslin fərqli xüsusiyyətlərə malik olması tədqiqatçıları nəsil anlayışını və nəsillərin xüsusiyyətlərini gücləndirməyə vadar etmişdir. Müasir dövrdə dörd nəsil birlikdə işləməli olur. Bu nəsillərin bir-birləri ilə qarşılaşdıqları problemlər, şübhəsiz ki, ictimai və iş həyatı baxımından təşkilatların bütün iş tənzimləmələrinə təsir edə biləcək keyfiyyətdədir. Bundan əlavə, bu nəsillərin əməyi qavrayışındakı fərqlər yeni iş vərdişlərinin yaranmasına səbəb olur. Məsələn, hərəkətlilik anlayışı bugünkü iş həyatında rol oynayan Y nəslinin şəxsiyyət xüsusiyyətlərindən qaynaqlanır və hər yerdə, istənilən vaxt işləmək istəyi ilə gündəmə gəlir.

Bugünkü digər nəsillərdən fərqli olaraq, Z nəslinin informasiya texnologiyalarından istifadəsi onların həyatının ayrılmaz hissəsidir. Bu nəsildə anadan olanlar İnternet, smartfonlar, sosial media platformaları və digər cihazlar kimi informasiya texnologiyalarına əhəmiyyət verir və bunlara daxildir. Bu, həyatlarının dekomünizasiyasının bütün aspektlərində rahatlığı və əlçatanlığı artırır və sosial zəkalarını və ya insanlar arasındakı münasibətləri idarə etmək qabiliyyətini məhdudlaşdırır. Sosial zəka, bir insanın digər insanlarla və ya onların sosial mühiti ilə münasibətdə necə davranması və gözlərində necə görünməsidir. Ətrafımızdakı insanlarla ünsiyyət qurmaq, özlərini onların nöqtəyi-nəzərindən qiymətləndirmək və emosional və fiziki vəziyyətlərini anlamaq kimi bir çox fəaliyyətə aid bir anlayışdır. Sosial zəka bir insanın həyatında çox vacib bir rol oynayır və insanların özlərini ifadə etmələrinə, həyatda uğur qazanmalarına və vəzifələrində böyümələrinə kömək edir.

Z nəslinin informasiya texnologiyalarından istifadəsi ilə sosial zəka arasındakı əlaqə, informasiya texnologiyalarının təsirinin sosial zəkaya və sosial dekomünizasiya mühitinə necə təsir etməsidir. Bir tərəfdən, informasiya texnologiyaları sosial şəbəkələrdə çox sayda insanla ünsiyyət qurmaq və əlaqə saxlamaq üçün yeni imkanlar açır. Bu, daha çox insanla əlaqəni gücləndirir və sosial zəkanın inkişafına kömək edir.

Bu araşdırmanın məqsədi nəsil anlayışını müəyyənləşdirmək, nəsil təsnifatını və nəsillərin fərqləndirici xüsusiyyətlərini araşdırmaq, bu fərqlər arasında diqqət çəkən fərqli nəsillərin texnologiya istifadəsini, vərdişlərini, mobil və hərəkətlilik qavrayışlarını izah etməkdir.

Nəsillər arası fərqlər məsələsi tarix boyu qəbul edilmiş bir məsələ olmuşdur. Bu fərqlər, nəsillərin yaşadığı dövrün sosial, iqtisadi və mədəni şərtləri ilə yanaşı, xüsusilə də texnologiyadakı inkişafda və istifadədə daha çox özünü büruzə verir. Təşkilatlarda əldə edilməsi arzu olunan səmərəlilik, təsirlilik, müvəffəqiyyət və məhsuldarlıq meyarları baxımından nəsillər arası fərqlərlə ortaya çıxan münaqişələri idarə etmək vacibdir. İş həyatında təşkilatın məqsəd və vəzifələrini mənimsəmiş və bu məqsəd və vəzifələrə uyğun olaraq daha çox səy göstərən, yüksək təşkilati bağlılığa malik idarəçilərin mövcud olduğu təşkilatda davam etmək istəkləri arzu olunan bir vəziyyət olmuşdur. Çünki yüksək öhdəliyi olan menecerlərin problem həll edən insanlara çevrildiyi, vəzifələrini yerinə yetirməkdə və təşkilati məqsədlərə çatmaqda əlavə səy göstərdiyi qəbul edilir (Broadbridge., Maxwell., Ogden, 2007).

Tarix boyu qəbul edilən nəsillər anlayışı nəticəsində yaranan nəsillər nəzəriyyəsinə görə, hər 25-30 ildən bir doğulan insanlar arasında münasibətlərdə və biznes qurma yollarında müəyyən fərqlərin olduğu üzə çıxıb. . Hər nəsillər özündən əvvəlki nəsilləri köhnəlmiş və ya zülmkar görsə də, öncəki nəsillər də sonrakı nəsilləri hörmətsiz, egoist və ya məsuliyyətsiz kimi səciyyələndirmişdir. Nəsillər arasında qavranılan yuxarıda qeyd olunan xüsusiyyətlərin əsas mənbəyi nəsillərin yetişdiyi dövrdə yaşanan mədəni, sosial və iqtisadi hadisələrin təsiri ilə formalaşan duyğular, düşüncələr, qavrayışlar və məqsədlərdəki fərqlərdir (<https://www.businessinsider.com/generation-z>).

Nəsillər arasındakı bu fərqlər nəsillərin mövcud xüsusiyyətlərindəki fərqlərin yanlış şərh kimi qəbul edilmişdir. Nəsillərarası fərqlər iki və ya daha çox nəsillər iş və ya ictimai həyatda sağlam münasibət qura bilməməsi, bir-biri ilə münaqişənin yaranmasıdır. Bu fərqlər iki və ya daha çox nəsildə, xüsusilə ailədə, müəssisələrdə, partiyalarda və digər təşkilatlarda müşahidə oluna bilər.

Müasir dünyada informasiya və texnologiyada baş verən sürətli dəyişikliklər nəticəsində fərdi və sosial həyata təsir edən nəsillər fərqləri getdikcə daha vacib bir məsələyə çevrilmişdir. İndi qloballaşmanın təsiri ilə sistemlərdə baş verən dəyişikliklər insanların baxışlarını dəyişir və müxtəlif nəsillərdən olan fərqlər iş həyatında birgə işləməli olurlar. Beləliklə, yetkin nəsillər iş həyatında öz adət-ənənələrinə və həyat tərzlərinə görə yeniliklərə uyğunlaşmaqda çətinlik çəksələr də, gənc nəsillər yeniliklərə və inkişafa daha tez uyğunlaşırlar. Yaşlı nəsillər öz adət-ənənələrinə və münasibətinə görə yeni iş şəraitinə uyğunlaşmaqda çətinlik çəkə bilər, gənc nəsillər isə yeniliklərə və inkişafa uyğunlaşmaqda daha çevikdir. Nəticədə yaşlı və gənc nəsillər arasında fərqli şəxsiyyət və həyat tərzinə görə qarşılıqlı anlaşmanın olmaması kimi ünsiyyətə əsaslanan nəsillər fərqləri yaranır. Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, nəsillər fərqləri həmişə münaqişələrə və ya problemlərə səbəb olmur. Nəsillər arasında münasibət və yanaşmaların müxtəlifliyi də innovasiya,

bilik mübadiləsi və həmyaşdqların öyrənilməsini stimullaşdırır bilər. Müxtəlif təcrübələri və perspektivləri birləşdirmək bizə yeni həllər tapmağa və birgə uğur qazanmağa imkan verir. Nəticə etibarlı ilə nəsillər arasında açıq və effektiv ünsiyyət, hörmət və anlaşma yaratmaqla nəsillər fərqlərinin aradan qaldırılması vacibdir. Müxtəlifliyi və müxtəlif nəsillərin ehtiyaclarını nəzərə alan proqram və strategiyaların hazırlanması iş yerində və bütövlükdə cəmiyyətdə uğurlu əməkdaşlığa və harmoniyaya töhfə verə bilər. Bu vəziyyətin təbii nəticəsi olaraq böyüklər və gənc nəsillər arasında fərqli şəxsi xüsusiyyətlər və həyat tərzlərinə görə bir-birini başa düşə bilməmək kimi ilk növbədə ünsiyyətə əsaslanan nəsillər fərqləri yaranmışdır.

Bu gün müasir iş dünyasında fərqli xüsusiyyətlərə malik üç nəsillər, yəni Baby Boomer nəsli, X və Y nəsilləri birlikdə çalışır. Hər nəsillərin öz qavrayış səviyyələri, münasibətləri və inancları fərqliliklərə və buna görə də nəsillər arasında qarşıdurmalara səbəb olur. Nəsillər arası fərqlər 2000-ci illərdən etibarən təşkilatlarda yer almağa başlayan xüsusilə 1980 və sonrasında doğulmuş şəxslərlə münasibətdə daha çox özünü büruzə verməkdədir. Orta hesabla iyirmi beş və otuz ildən bir doğulan hər bir yeni nəsillənin ortaq istəkləri, ehtiyacları, motivləri və hərəkətləri iş dünyasında həlledicidir (Parker, 2003).

Səssiz nəsillənin "təşkilata" daha çox sədaqətli olduğu düşünülərsə də, partlayış nəsillənin "karyerasına" daha çox sədaqətli olduğu irəli sürülüb. İş dünyasında yaşlı nəsillər hesab edilən bu iki nəsildən fərqli olaraq, X nəsillənin "əlaqələrə" sədaqəti daha önəmli, Y nəsillənin təşkilati bağlılığı isə müəyyən prinsipə əsaslandığı güman edilir, yəni "özünə və münasibətlərə sədaqət". Nəsillər arasındakı fərqlərdən danışarkən qeyd etmək lazımdır ki, hər nəsillənin öz güclü tərəfləri var (Strauss və Howe, 1991).

Yaşlı nəsillərdən olan Səssiz nəsillənin "sabitlik, bağlılıq" kimi güclü tərəfləri olduğu halda, Baby Boom nəsillənin "komanda işinə bağlılığı", X nəsilləri isə "uyğunluq, kompromis, informasiya texnologiyaları bilikləri", müasir dövr üçün sonuncu nəsillə hesab olunan Z nəsilləri nümayəndələrinin isə texnologiyaya bağlılığı kimi güclü cəhətlərə malik olması diqqətdən qaçmır. Digər tərəfdən, Y nəsillənin "eyni anda çox iş görməsi, texnologiyaya bacarıqları" kimi güclü tərəflərə sahib olduğu qəbul edilib. "Tez bir zamanda gördükləri işdə yaxşı nəticələr əldə etmək və yüksəlmək arzuları da texnologiyanın, xüsusən, sosial şəbəkələrin yaratdığı imkanların nəticələridir. Belə ki, əgər X nəsilləndən olan bacarıqlı gənc rəssam öz əsərlərini sərgiləyərək, bir-neçə xoş söz eşitmək üçün müəyyən sərgilərdə iştirak etməyi səbrlə gözləməyə məcbur idisə, Z nəsillənin nümayəndəsi olan həmin gənc sadəcə öz işlərinin fotosunu sosial şəbəkədə paylaşaraq, çox qısa zamanda böyük kütlələrdən işləri barədə geri dönüşlər alır, təriflərlə motivasiya olurlar. Bu səbəbdən də, tez bir zamanda nəticə əldə etməyə alışmış olan Z nəsilləri karyera yüksəlişi üçün daha səbrsiz davranırlar." (Parker, 2023).

20-ci əsrin əvvəllərindən başlayaraq ictimai həyatda, xüsusən də idarəetmə sahəsindəki dəyişikliklərlə birlikdə sürətli dəyişikliklər və transformasiyalar yaşanmışdır. Yaşanan dəyişikliklər təkcə cəmiyyətlərin dəyərlərində, adət-ənənələrində, sosial-psixoloji proseslərdə və mədəni dəyərlərində deyil, həm də fərdlərin psixoloji strukturlarında, rəftar və davranışlarında, gözləntilərində və daha da əhəmiyyətli cəmiyyətin xarakterik strukturlarında dəyişikliklərə səbəb olur. (Parker, 2023)

1952-ci ildən başlayaraq ABŞ-da 60 il müddətində yaşayan 13 milyon insan üzərində nəsil fərqləri ilə bağlı aparılmış 12 müxtəlif tədqiqatdan hərtərəfli nəticələr əldə edilmişdir. Fərqli nəsillərin üzləşdiyi tarixi, sosial və iqtisadi şəraitdəki fərqlər onların münasibətlərinə, dəyərlərinə və inanclarına təsir edə bilər. Məsələn, iqtisadi bum zamanı doğulan nəsil dünyaya optimist baxır və uğurun mümkünlüyünə daha çox inanır, iqtisadi tənəzzül və ya böhran zamanı doğulan nəsil isə daha ehtiyatlı və məşğul ola bilər. Bu araşdırmalar doğum vaxtımızın bizə və dünya haqqında təsəvvürlərimizə təsir etdiyini vurğulayır. O, həmçinin şəxsiyyətimizin formalaşmasında geniş kontekst və mühitin əhəmiyyətindən danışır. Bununla belə, qeyd etmək yerinə düşər ki, şəxsiyyətimizin formalaşmasında fərdi fərqlər, ailə tərbiyəsi və digər amillər də önəmlidir. Bu tədqiqatlar bizə doğum vaxtı, sosial-mədəni kontekst və şəxsiyyətin formalaşması arasındakı əlaqəni daha yaxşı anlamağa imkan verir. Onlar həmçinin cəmiyyətimizdə müxtəlif nəsillərin ehtiyac və gözləntilərini ödəmək üçün kommunikasiya, idarəetmə və sosial siyasət strategiyalarının inkişafında nəsillərarası fərqlərin nəzərə alınmasının zəruriliyini vurğulayırlar. (Parker, 2023)

Məsələn, müxtəlif vaxtlarda doğulan insanların texnologiyaya, siyasətə, mədəniyyətə və sosial məsələlərə münasibəti fərqli ola bilər. Tədqiqatlar həmçinin göstərir ki, nəsillər iş, evlilik, ailə və dostlara fərqli baxışlara malik ola bilər. (Alley, 2019)

Ancaq yadda saxlamaq lazımdır ki, bu nəticələr ailə tərbiyəsinin əhəmiyyəti olmadığı anlamına gəlmir. Ailə hələ də insanın xarakterinin və şəxsiyyətinin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Ailənin təsiri həyatın müxtəlif aspektlərində, məsələn, dəyərlər, münasibət, davranış və s.

Beləliklə, demək olar ki, həm doğulduğu vaxt, həm də ailə tərbiyəsi insanın xarakterinə təsir edir və şəxsiyyət və nəsillərarası fərqləri öyrənərkən bu amillərin hər ikisini nəzərə almaq vacibdir.

Hər dövrdə yaşanan dəyişikliklərin təsirinə məruz qalan fərdlər öz dövrlərinə xas xüsusiyyətlərə malik olmuşlar. Yaşlı nəsilləri əvəz edən hər bir gənc nəsil öz dəyər mühakimələri və xüsusiyyətləri ilə gəlir və onlar müxtəlif ümumi perspektivlərlə daxil olduqları təşkilatın ab-

havasını dəyişirlər. Başqa sözlə, hər nəslin nümayəndələri oxşar rəftar və davranışlardan təsirlənir və “zaman içində birlikdə səyahət edirlər”. (Qarakişiyeva, 2018)

Nəsil fenomeninin bəşəriyyətin varlığından bəri mövcud olduğu aydın olsa da, bugünkü nəsillərin xüsusiyyətlərinə görə xronoloji təsnifatı ötən əsrdə olmuşdur. Əslində bugünkü iş həyatında tarixdə ilk dəfə olaraq dörd fərqli xüsusiyyətə malik dörd nəsil birlikdə işləyir. Bunun əsas səbəbini ötən əsrdə baş verən dəyişikliklərin, xüsusən də texnologiyanın inkişafının sürətlə baş verməsi ilə izah etmək olar. Sosial həyatda baş verən sürətli dəyişikliklərə uyğun olaraq nəsillərarası dəyişikliklər də nəzərə çarpan şəkildə hiss olunur.

2000-ci illərdə 1980-ci ildən sonra doğulan və Y nəsli adlandırılan işçilərin iştirakı ilə bütün dünyada iş həyatının siması sürətlə dəyişməyə başladı. Bu dövrdə yeni gələnlərin iş dəyərləri, davranışları və iş həyatına münasibətlərindən bəhs edən nəsil fərqlərinə maraq artmağa başladı. Bəzi alimlərin araşdırmalarına görə, akademik olmayan nəşrlər, xüsusilə Business Week, Fortune və The Wall Street Journal kimi məşhur media bu dövrdə nəsillər arasındakı fərqlərlə bağlı hazırlanmışdır. (Qarakişiyeva, 2018)

Bugünkü ictimai həyatda fərqli xüsusiyyətlərə malik dörd fərqli nəslin bir arada yaşaması, işçilər arasında iş və iş yeri münasibətlərində görünməyən bəzi çətinliklərin yaşanması ilə bağlı fikir getdikcə daha çox yayılmaqdadır. Buna baxmayaraq, nəsil fərqlərinin varlığı və onların iş həyatına təsiri ilə bağlı araşdırmalar elm və mətbuatın diqqət mərkəzinə keçmiş və bu da bəzi tənqidlərə səbəb olmuşdur.

Bəzi tənqidçilər iş və sənaye münasibətlərində nəsillərarası fərqləri dəstəkləyən tədqiqatların seçmə ilə məhdudlaşa biləcəyini iddia edirlər. Kiçik işçi qrupları və ya iqtisadiyyatın müəyyən sektorlarında aparılan tədqiqatlar bütün cəmiyyəti təmsil etməyə bilər. Bundan əlavə, nəsillər arasındakı fərqlər cins, irq, təhsil, din və s. kimi digər amillərlə də bağlı ola bilər ki, bu da nəzərə alınmalıdır. (Tracy və Fernanda, 2018)

Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, nəsillər arasında fərqlər davranış və düşüncədəki real fərqlər səviyyəsində deyil, stereotiplər və qərəzlər səviyyəsində müşahidə oluna bilər. Məsələn, gənc işçilərin işini tez-tez dəyişmə ehtimalının daha yüksək olduğu stereotipi sabit karyerası olan xüsusi işçi üçün doğru olmaya bilər. Stereotiplər və qərəzlər insanların digər nəsilləri necə qəbul etmələrinə təsir edə bilər. Bəzi stereotiplər səhv ola bilər və ya bu nəsildəki insanların əksəriyyəti üçün reallığı əks etdirməyə bilər. Buna görə də yadda saxlamaq lazımdır ki, hər bir insan unikaldır və öz fərdi xüsusiyyətlərinə malikdir və bütün nəsil üçün davranış və düşüncəni ümumiləşdirmək lazım deyil. Hər bir insanın öz şəxsi xüsusiyyətləri, tərbiyəsi, təcrübəsi var ki, bu nəslin bütün nümayəndələrinə xas olmaya bilər.

Təbii ki, eyni məsələləri dünyanın bütün ölkələrinə aid etmək olmaz. Bəzi ölkələrin cəmiyyətində fərqlilikləri gördükdə bunun bir daha şahidi oluruq. Nəsil araşdırmaları və nəsil təsnifatları məsələsi, əsasən ABŞ-ın cəmiyyət quruluşundan ilham alındığından, əldə edilən nəticələrin bütün mədəniyyətlər və o cümlədən bizim ölkəmiz, cəmiyyətimiz üçün nə dərəcədə etibarlı olduğunu aydın demək olmaz. Nəsil fərqlərini dəstəkləyən məhdud sayda empirik tədqiqatlar bu fərqlərin əsl mənbəyi və səbəbləri ilə bağlı ardıcıl nəticələr verməmişdir. Nəsillərin fərqli münasibət və dəyərlərə sahib olması iddiası elmi nəticədir. (Tracy və Fernanda, 2018)

Dəqiq xətlərlə illər üzrə edilən təsnifatları müəyyən etmək çətindir. 1985-ci il təvəllüdü bir insanın 1965-ci il təvəllüdü başqasınınkına bənzər xasiyyət və xarakteri ola bilər.

Nəsil anlayışı gündəlik dildə tez-tez "bizim nəsil", "köhnə nəsil", "60 nəsil (1960-cı illərdə böyüyənlər üçün)" və ya "nəsil münaqişəsi" kimi bir çox ifadələrlə istifadə olunur. "Təxminən eyni illərdə doğulmuş, oxşar paylaşılan insanlar icması" kimi müəyyən edilir. eyni yaşda olan şərtlərə görə çətinliklər və talelər və oxşar vəzifələr daşıyırdı".

Yəni nəsil məfhumu sözügedən dövrdə yaşanan hadisələrin müəyyən zaman ərzində bir qrup insanın eyni cür alqılamasıdır. Başqa bir ifadə nəsil anlayışıdır. Müəyyən dövrlərdə doğulmuş, böyümüş və yaşamış, o dövrdə yaşanan hadisələrdən təsirlənən və buna görə də ortaq xüsusiyyətlərə və perspektivlərə malik olduğu zənn edilən insan qruplarıdır. Bu baxımdan nəsil tərifində eyni illərdə doğulma, eyni dövrün ictimai, siyasi, tarixi və iqtisadi şəraitini, çətinliklərini birlikdə yaşamaq, oxşar vəzifələrə, perspektivlərə sahib olmaq müəyyənedici xüsusiyyətdir. (Tracy və Fernanda, 2018)

Nəsillər haqqında danışarkən onu bioloji və sosioloji deyilən iki cür hissəyə bölmək olar. Bioloji əsaslı nəsil valideynlərin və uşaqların doğulması arasındakı orta vaxt intervalı kimi müəyyən edilir. Buna görə də hər minillikdə 20-25 il fasilələrlə formalaşan bir toplumdan danışmaq olar. Belə ki, bioloji əsaslı nəsil gənclərin doğulması ilə ali təhsil yaşına çatması arasındakı son vaxt intervalını təmsil edir.

Bu tərif keçmişdə sosioloqlar üçün çox faydalı olsa da, bioloji əsaslı nəsil təsnifatının aparılmasının bu gün mənasını itirdiyini söyləmək olar.

Qadınların məşğulluğu, karyera qavrayışı, gec nikahlar və gec doğuşlar kimi bir çox sosial-mədəni dəyişikliklər nəticəsində sosioloji nəsil təsnifatının əhəmiyyəti, həmçinin yalnız doğum tarixlərinə əsaslanan bioloji əsaslı təsnifatın əhəmiyyətini ortaya çıxarmışdır. Dəyişən və inkişaf edən dünyanın qloballaşma dövründəki xarakterik hadisələrlə əlaqədar olaraq, gecikmiş uşaq doğumları valideynlərin və onların uşaqlarının doğuşları arasındakı orta müddəti iki onillikdən üç onilliyə qədər artırdı. Aparılan bəzi araşdırmalar onu göstərir ki, 1982-ci ildə ilk körpəsini dünyaya gətirən qadının orta yaşı 25 idisə, bu gün bu yaş 31-ə yüksəlmişdir.

Çox uzun bir dövrü əhatə edən nəsillərin təsnifatının aparılması nəsillərin fenomeninin düzgün tərifindən uzaqlaşmaq demək olduğundan, bioloji əsaslı tərif yalnız yeni şərtlərə uyğun etmək kifayət deyil. Nəsillərin tərifini təkcə bioloji cəhətdən müəyyən edilməməli, həm də mədəni, sosial və tarixi aspektləri əhatə etməlidir. Bu o deməkdir ki, hər bir nəsillərin xüsusiyyətləri və tərifləri unikal ola bilər və tarixi hadisələr, texnoloji tərəqqi, sosial və iqtisadi dəyişikliklər və s. kimi müxtəlif amillərdən asılı ola bilər. Buna görə də, nəsillərin təsnifatı davranış və düşüncə meyillərini anlamaq üçün faydalı ola bilər, unutmamaq olmasın ki, bunlar sadəcə ümumiləşdirmələr və stereotiplərdir və müəyyən bir nəsillərin hər bir nümayəndəsi buna tam uyğun gəlməyəcəkdir.

Bu gün xüsusilə idarəetmə sahəsində nəsillərin müəyyən edilərkən bioloji amillərin təsiri ilə yanaşı, sosial amillərin də hərtərəfli təsiri nəzərə alınır. Bu sahədə aparılan tədqiqatlarda meydana çıxan sosioloji təriflər araşdırıldığında, sosioloji əsaslı nəsillərin müəyyən tarixlərdə doğulan, ictimailəşmə prosesində ümumi sosial, siyasi, iqtisadi s. hadisələrdən təsirləndikləri üçün oxşar məsuliyyətlərə, ortaq dəyərlərə, inancları, gözləntilərə və davranışlara malik olan qruplar kimi izah edilir.

Siyasi, iqtisadi və mədəni hadisələr kimi sosial amillər nəsillərin xüsusiyyətlərinin və dəyərlərinin formalaşmasına əhəmiyyətli təsir göstərə bilər. Sosiologiyaya sahədə aparılan tədqiqatlar, adətən, nəsilləri müəyyən bir dövrdə doğulmuş, ümumi sosial təcrübələri paylaşan və onları digər nəsillərdən fərqləndirən ümumi xarakter, davranış və inanc xüsusiyyətlərinə malik olan insanlar qrupları kimi müəyyən edir.

Sosial cəhətdən şərtləndirilmiş nəsillərin müharibələr, iqtisadi tənəzzüllər, ictimai hərəkətlər və s. kimi cəmiyyətdəki müəyyən hadisələr və ya cərəyanlarla əlaqəli ortaq məsuliyyətlərə, dəyərlərə və inancları malik ola bilər. Məsələn, Baby Boomer nəsli (1946-1964-cü il təvəllüdü) İkinci Dünya Müharibəsindən sonrakı dövrdə böyüdü və yüksək nikbinlik və özünə inamla xarakterizə edildi.

Sosial amillərin nəsillərin formalaşmasına təsirini başa düşmək təşkilatlarda, xüsusən də çoxnəsilli işçi qüvvəsi kontekstində idarəetmə və kommunikasiya strategiyalarının işlənilməsi üçün faydalı ola bilər. Bununla belə, nəsillərlə bağlı stereotiplərin və ümumiləşdirmələrin qarşısını almaq üçün məhdudiyyətləri nəzərə almaq və tədqiqatın nəticələrini tənqidi qiymətləndirmək lazımdır (Strauss., Howe, 1991).

Məsələn, nəsillərin bir çox nümayəndələri nəsillərinin ümumi qəbul edilmiş stereotiplərinə uyğun gəlməyə bilər. Bu, fərdi fərqlər, tərbiyənin xüsusiyyətləri, sosial status və digər amillərlə bağlı ola bilər. Buna görə də, idarəetmə və kommunikasiya strategiyalarını hazırlayarkən hər bir işçinin fərdi xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır, nəinki onun müəyyən bir nəsillə mənsub olması. Bundan əlavə, nəsillərin homojen qruplar olmadığını nəzərə almaq lazımdır. Hər nəsillə

daxilində fərqli dəyərlərə, inanclara və davranışlara malik alt qruplar ola bilər. Bu, mədəniyyət, coğrafiya, sosial status və digər amillərdəki fərqlərlə bağlı ola bilər. Buna görə də, strategiyalar hazırlayarkən işçilərin davranışlarına və inanclarına təsir edə biləcək bir çox amilləri nəzərə almaq lazımdır (Strauss., Howe, 1991).

Onu da xatırlamaq lazımdır ki, nəsillər statik hadisələr deyil, daim inkişaf edir. Yeni texnologiyalar, mədəni dəyişikliklər və sosial-iqtisadi dəyişikliklər hər nəsildə dəyərlərin və davranışların dəyişməsinə səbəb ola bilər. Buna görə də, idarəetmə və kommunikasiya strategiyaları bu dəyişikliklərə uyğunlaşmaq üçün çevik və adaptiv olmalıdır.

Ümumiyyətlə, nəsillərin işçilərin davranışlarına və inanclarına təsirini başa düşmək təşkilatı idarə etmək üçün faydalı ola bilər. Bununla belə, məhdudiyyətləri nəzərə almaq və tədqiqatın nəticələrini tənqidi qiymətləndirmək, həmçinin hər bir işçinin fərdi xüsusiyyətlərini və nəsil formalaşması prosesinin dinamizmini nəzərə almaq lazımdır.

1.2. Mühitin və texnologiyanın müxtəlif nəsillərin sosial-psixoloji intellektinə təsiri

Nəsillər haqqında dünyanın müxtəlif ölkələrində kifayət qədər tədqiqatlar yazılmışdır. Mövzuya müxtəlif aspektlərdən yanaşıldığı üçün istənilən qədər yeni fikirlərin olması normaldır. Lakin bu haqda aparılan tədqiqatlarda əsrin əvvəllərindən başlayaraq yeni nəsillərin bir birini əvəz etməsi məsələsi araşdırılır.

Nəsillər haqqında ən məşhur nəzəriyyə 1990-cı illərin ortalarında William Strauss və Neil Howe tərəfindən irəli sürülmüşdür. (Broadbridge, Maxwell, və Ogden,2007)

Onun nəzəriyyələri ABŞ-ın tarixi nəzərə alınmaqla işlənilib hazırlansa da, dünyanın başqa yerlərindəki nəsillərin və cərəyanların da oxşar dövrlər yaratdığı bildirilir. Strauss-Howe insan ömrünün orta hesabla 80 il olduğunu fərz etmiş və onları uşaqlıq, gənclik, orta yaş və qocalıq kimi 20 illik dövrlərə ayırmışdır. Bir nəslin 20 illik fasilələrlə fərqli xüsusiyyətlərə malik olduğunu ifadə edərək, əhali partlayışından bu yana nəsilləri Baby Boomers, X-nəsil, minillik və post-minillik nəsillər adlandıırırlar. Onların fikrincə, hər nəsil 80 il ərzində yüksəliş, oyanış, maariflənmə və böhran dövrlərindən keçir. Gənclər hər dövrün dönüş nöqtələrinə uyğun olaraq “dominant” və ya “passiv” rol oynayırlar. Lakin gənc nəsil qocaldıqca, sosial şəxsiyyətini müəyyənləşdirdikcə, öz gücünün zirvəsində olan digər nəsillə konfliktə girirlər.

Aparığımız araşdırmalar göstərir ki, bu hal demək olar, bütün nəsillərdə təkrarlanır. 2000-ci ilin məzun sinfi kimi təsvir etdikləri nəslin şəxsiyyətlərini, yəni Z nəslinin nümayəndələrini müzakirə edərkən müəlliflər bu nəslin əsas xüsusiyyətlərini qeyd etmişlər. Bu xüsusiyyətlər nəsillər Z-də az və ya çox dərəcədə özünü göstərə bilər. Bununla belə, hər hansı digər nəsillər kimi, hər bir üzv unikaldir və özünəməxsus xüsusiyyətləri və xüsusiyyətləri ola bilər. Həm də qeyd etmək

lazımdır ki, bütün Z nəsli, məsələn, yüksək inamlı və ya qrup yönümlü deyil. Ümumiyyətlə, Z nəslinin psixoloji xüsusiyyətləri onların tərbiyəsi, təhsili, mühiti və digər amillərlə bağlı ola bilər. (Broadbridge və digərləri, 2007)

Mövzu ilə bağlı araşdırma apardıqda diqqət çəkən məqamlardan biri müxtəlif müəlliflərin insan nəsillərini XX əsrin əvvəllərindən başlayaraq fərqli adlar altında qruplara bölməsidir. "Araşdırmalar zamanı məlum oldu ki, ilk nəsil kimi "ənənəvi nəsil" qeyd olunur. 1900-1945-cü illər arasında doğulmuş ənənəvi nəslin nümayəndələri müharibə illərini görmüş, yoxsulluq və iqtisadi çətinliklərlə böyümüş nəsil kimi müəyyən edilə bilər." (Broadbridge və digərləri, 2007).

Yaşlı ənənəyə bağlı nəslin və "əhali partlayışının" sonrakı nəslinin valideynləri kimi bu nəsil də "Ənənəvi" və ya "Səssiz Nəsil" adlandırılmışdır. "ənənəvi" və ya "səssiz nəsil" adətən ABŞ-da 1900-1945-ci illər arasında doğulmuş insanların nəslinə aiddir. Bu nəsil Böyük Depressiyadan sonra və İkinci Dünya Müharibəsi zamanı böyüdü və bu, onların dəyərlərinə və inanclarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir etdi. Bu nəsil tez-tez mühafizəkar, millətçi və ənənəçi kimi təsvir edilir və gənc nəsillərə nisbətən daha konformist və hakimiyətə hörmətlə yanaşır.

"Səssiz nəsil" ifadəsi bu nəslin daha təkmil ünsiyyət vasitələrinə çıxışı olan sonrakı nəsillərlə müqayisədə kütləvi ünsiyyət və şəxsi fikrin ifadəsi imkanlarının daha az olduğu bir dövrdə böyüməsini nəzərdə tutur.

"Səssiz nəsil" termini bu nəslin yetişdiyi texnoloji və sosial konteksti təsvir etmək üçün uyğun olsa da, yadda saxlamaq lazımdır ki, hər bir insan unikaldır və nəsillər ümumiləşdirilməməli və ya stereotiplərə çevrilməməlidir. (Broadbridge və digərləri, 2007).

Səssiz nəsli əhatə edən 45 illik dövr ərzində dünyanın müxtəlif bölgələrində baş verən hadisələrin dəyişməsi bu nəslin dövrü olaraq təsnif edilməsinə səbəb olmuşdur.

1900-1920-ci illərdə yaşamış böyük dəyişiklik nəsli müharibədən əvvəl yaşanan yoxsulluq və məhrumiyyətlər səbəbiylə doğumdan əvvəl ağırlı bir müddət edilmiş bir dövrü əhatə edən nəsil olaraq təyin edilə bilər. Yaşanacaq böyük dəyişiklikdən əvvəl davam edən çətinliklər bu nəsildəki fərdlərə təsir etdi. Bu dövrdə yaşanan Birinci Dünya Müharibəsi başda Avropa olmaqla bütün dünyaya mənfi təsir göstərmiş, müharibədən sonrakı dövrdə fərdlərdə qoyduğu izlər ağır olmuşdur.

Dünya praktikasında bəzi ölkələrdə ölkə üçün xarakterik insan nəslinin formalaşması da çox rast gəlinən məqamlardandır. Respublikaçı nəsil 1920-1929-cu illərdə Türkiyədə Milli Mübarizə və Cümhuriyyətin elan edilməsi ilə üst-üstə düşən bu dövr Cümhuriyyət nəsli adlanırdı. "Bu şəraitdə yeni bir sistemin qurulması prosesi ilə bərabər, keçmişin hesablarını bağlamağın həzzi və bəzən ağır məsuliyyəti də bu nəslin çiyində ağır bir yük idi". (Mişra, 2012)

Siyasi və iqtisadi sahədə yaşanan dəyişiklikləri nəzərə alsaq, bu dövrdə doğulan fərdlər, göstərdikləri səylər və üzərlərinə götürdükleri öhdəliklərə görə dünya səviyyəsində ümid nəslinə adlandırılmışlar. Bu, təxminən 1981 və 1996-cı illər arasında doğulmuş Millennialların (və ya Y nəslinin) təsviri kimi səslənir. Bu nəsil Sovet İttifaqının dağılması, informasiya texnologiyaları inqilabı və qloballaşma da daxil olmaqla böyük sosial, iqtisadi və texnoloji dəyişikliklər dövründə yetişib. Millenniallar həm də sosial və ətraf mühitə bağlılıqları, komanda işinə sadıqlıqları, işlərində və şəxsi həyatlarında yeni texnologiyalardan istifadə etmək istəyi ilə tanınırlar (Сычев, 2014).

1929 - 1945-ci illər arasında dünyaya gələn nəsil depressiya nəslinə qəbul edilmişdir. Baş verən siyasi hadisələr və milyonlarla insanın işsiz qalması ilə nəticələnən iqtisadi böhran bütün dünyaya yayılaraq depressiya dövrünü və nəslini formalaşdırıb. Bu nəsil, işsizlik, təhsil və sağlamlıq problemləri ilə yanaşı, bütün dünyada yaşanan psixososial və iqtisadi problemlər, İkinci Dünya Müharibəsinin dağıdıcı atmosferində həyat mübarizəsi aparmış şəxslərdən ibarətdir.

"Ənənəvi" və ya "səssiz nəsil" həyatda çoxlu çətinliklər və çətinliklərlə üzləşsələr də, onların həyat təcrübələri çox vaxt zəngin və dəyərli hesab olunur. Bu nəslin bir çox üzvləri öz karyeralarında yüksək nailiyyətlər əldə etmiş və maliyyə sabitliyinə nail olmuşlar ki, bu da onlara iqtisadi stressi aradan qaldırmağa və diqqətlərini şəxsi həyatlarına və ailələrinə yönəltməyə imkan verir. (Broadbridge və digərləri, 2007)

Bundan əlavə, "ənənəvi" nəsil sosial normaların daha sərt olduğu, ailə, cəmiyyət və vətənpərvərlik dəyərlərinin çox vacib sayıldığı bir dövrdə yetişdirilib. "ənənəvi" nəslin nümayəndələri bu dəyərləri öz şəxsiyyətlərinin mühüm hissəsi kimi qəbul edir və adətən onları həyatlarında saxlamağa çalışırlar. Onlar həm də yüksək məsuliyyətli və intizamlıdırlar, bu da onların həyatları boyu eyni işdə və ya karyerada qalmaları ilə nəticələnə bilər. Bununla belə, yaşlandıqca bəziləri yeni ideyalara və texnologiyalara daha açıq olurlar, xüsusən də həyat keyfiyyətlərini yaxşılaşdırma biləcəklərini və ya sevdikləri və dostları ilə əlaqə saxlamağa kömək edə biləcəklərini görsələr.

Təbii ki, hər bir insan özünəməxsusdur və "ənənəvi" nəslin bütün nümayəndələrinin öz həyat təcrübəsi və baxışı eyni deyil. Bununla belə, ümumiyyətlə, bu nəsil bugünkü çağırışlarla və qeyri-müəyyənliklərlə üzləşən gənc nəsillərə nisbətən öz həyatlarına və gələcək perspektivlərinə daha nikbin baxır.

Bu dövr həm də Tofflerin 3-cü dalğa nəzəriyyəsində Alvin Toffler bəşər tarixini 3 hissəyə ayırmışdır. Birincisi mütəşəkkil kənd təsərrüfatına keçid, ikincisi sənayeləşmə, üçüncüsü isə Tofflerin 3-cü dalğa nəzəriyyəsində qeyd olunan inkişaflara doğru irəliləyişin baş verdiyi mühüm dövrə - informasiya texnologiyaları dövrünə təsadüf edir (Broadbridge və digərləri, 2007)

1944-1964-cü illər arasında doğulmuş Baby Boomers nəsli maraqlı tarixi, siyasi, ictimai bir dövrdə həyata gəlmişlər. İkinci Dünya Müharibəsindən dərhal sonra "əhali partlayışı" olaraq da bilinən dövrdə doğulanlara "Baby Boomers" deyilir. Bu nəslin yaşadığı və fəaliyyəti dövrü bütün dünyada çox maraqlı hadisələrlə yadda qalır. Həmin nəslin nümayəndələri qatı imperialist təzyiqləri qəbul etməyən, sərbəst fikirlər və yaradıcılıq tendensiyası yürüdən xüsusi bir toplum idi. Həmin dövrdə Azərbaycan ərazisində də məlum nəslin fəaliyyəti sovet hakimiyyəti dövründə, xüsusən, ağır repressiya və müharibə dövründən sonra baş verən nisbətən çiçəklənmə dövrü idi. Bir çox sahələrdə, o cümlədən incəsənət və ədəbiyyatda da bu daha aydın görünürdü. Bu nəsli dövründə qardaş ölkə olan Türkiyədə də iqtisadi inkişaf və çoxpartiyalı sistemə keçidlə yanaşı, xarici təhdidlərə qarşı Balkan paktının yaradılması və NATO-ya üzvlük kimi hərbi addımlar atıldı. Göründüyü kimi, həmin dövrün nümayəndələri heç də özlərini tabe olan kimi göstərməmişlər. Elmi ədəbiyyatda bu nəslin nümayəndələri dövrü inkişafı yanaşı, qaydaları bilməyən, nisbətən sərbəst həyat tərzini keçirən nəsillər kimi ifadə edilir. 1968-ci il nəsli kimi tanınan dövrün fərdlərini yetişdirən nəsillər kimi də tanınır. Məlum olduğu kimi dünyadakı sosial problemlərin təsiri ilə bu nəslin yetişdiyi dövrdə maddi və mənəvi məhrumluqlar yaşanmışdır. Ailə münasibətləri baxımından ana-ata-övlad münasibətlərinin arxa planda qaldığı ənənəvi-avtoritar ailə quruluşunun nisbətən zəiflədiyi fərqli bir dövr kimi yadda qalır. (Broadbridge və digərləri, 2007)

Nəsil nəzəriyyəsində çox tədqiq olunan insan nəsillərindən biri X nəsli 1965-1980-ci illər arasında anadan olan insanları əhatə edir. Müharibələrdən sonra daha rahat bir mühitdə dünyaya gələn bu nəsillər əvvəlki nəsillərə nisbətən daha özünə güvənən, texnologiya ilə barışıq və həssas bir nəsillər kimi ifadə edilə bilər. Bu dövrdə dünyada soyuq müharibələr, qütbləşmələr olsa da, isti müharibələr artıq geridə qalmışdı.

Enerji və neftin gündəmə gəlməsi, televiziyanın həyatımıza girməsi, sağ-sol qütbləşmələri və ya qarşıdurmaları, müxtəlif regional çevrilişlər kimi silsilə hadisələr bu nəslin yaşadığı tarixi dövrü əhatə edir. Bu hadisələr bu dövrdə doğulan insanların tarixi və həyatı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, enerji və neftin meydana gəlməsi bir çox ölkələrin iqtisadi artımına və sənaye inkişafına təsir göstərmişdir. Televiziya bir çox insanlar üçün əsas informasiya və mədəniyyət mənbəyinə çevrilib. Sol-sağ qütbləşməsi və qarşıdurma bu gün də hiss olunan yeni sosial və siyasi gərginliklər yaratdı. Regional sarsıntılar siyasi dəyişikliklərə səbəb olub və geosiyasi münasibətlərə təsir edib. Bu hadisələr və dəyişikliklər bu nəslin həyatına və dünyagörüşünə böyük təsir göstərmişdir.

Bu problemlərlə yanaşı, bütün dünyada, eləcə də Azərbaycanda təhsil, səhiyyə və sənayeləşmə sahələrində də böyük irəliləyişlər əldə edilmiş, cəmiyyətin həyat səviyyəsində böyük irəliləyişlərə nail olunmuşdur. X nəsli nümayəndələri çoxkanallı, rəngli televizorlar və

kompüterlərin gündəlik həyata daha çox qarışması kimi mühüm texnoloji inkişafın şahidi olan bir nəsil dir. Texnologiyanın sürətli inkişafı ilə cəmiyyətin müxtəlif sahələrində insan əməyinin nisbətən azalması da istisna edilmir. Eyni zamanda X nəsl i həm də yüksək məsuliyyət hissi olan, rəqabətə davamlı, sosialist, sədaqətli, razı və idealist bir nəsil kimi ifadə olunur. Onlar texnoloji inqilabla üst-üstə düşdüyündən, mütləq şəkildə texnologiyadan istifadə etməyə başladılar.

Y nəsl i 1981-1999-cu illər arasında anadan olub. Bu nəsl i Minilliyin nəsl i də adlandırırlar. Mütəxəssislər qeyd edirlər ki, bu nəsil texnologiyanın inkişafının şahidi oldular və buna görə də texnologiyadan xəbərdardırlar. Bununla belə, onlar sosiallaşma problemləri ilə üzləşə bilirlər. Dünya siyasətində və texnologiyasında inanılmaz inkişaf illərində yetişən bu nəsil terrorizmin və bəzi müharibələrin (I Qarabağ, İran-İraq Körfəz Müharibəsi, Əfqanıstan, Bosniya-Herseqovina müharibələri kimi) də şahidi olub. Bu nəsil də kompüterlə yanaşı internetin inkişafı da baş verdi. Ona görə də xarici aləmlə təmas və əlaqələrin artdığı, təhsilin keyfiyyətinin, sosial əlaqələrin yüksəldiyi bir dövr olmuşdur. Y nəsl i işçilərinin təşkilati bağlılıq qavrayışlarına dair araşdırmalarda bu nəsil də dünya ilə paralel olaraq yeniliklərin sınaqdan keçirildiyi, uğur qazanmaq, pul qazanmaq kimi anlayışların ön plana çıxdığı görülür. Ailə arasındakı bağların da çox güclü olduğu bir nəsil olan Y nəsl i, qazandıqlarından daha çox istehlaka meyillidir və bu səbəbdən bəzi hallarda valideynlərə yük ola bilər. Bundan əlavə, onların özünə inamı yüksəkdir, çünki onlar qrupa daxil olmaq, qrup üzvləri ilə ünsiyyət qurmaq və qrup problemlərini həll etmək bacarıqlarını inkişaf etdirmişlər. (Broadbridge və digərləri, 2007)

İstənilən haqsızlıq qarşısında, ünvan sahibinin kimliyindən asılı olmayaraq, cavab verməyə və onu düzəltməyə meyilli olan bu nəsl in nümayəndələri xüsusilə Türkiyədə uzun müddət araşdırmaların mövzusu olmuşdur. Süral Özer, Eriş və Timurcanday Özmen tərəfindən 2013-cü ildə aparılan araşdırmaya görə, bu nəsil Türkiyə əhalisinin təxminən 35%-ni təşkil edir. Bu da onu göstərir ki, hazırda cəmiyyət bu nəsl in ciyinləri üzərində dayanıb və inkişaf etməkdədir. TÜİK-in 2014-cü il məlumatlarına görə, işçilərin təxminən 40%-i bu nəsil də, yəni 18-33 yaş arasındadır.

X nəslindən daha çox texnologiyaya meyilli olan internet nəsl i deyər bildiyimiz Z nəslinə yol göstərəcək və istiqamətləndirəcək nəsil olduğu üçün rolları baxımından çox əhəmiyyətli bir nəsil olduğu söylənilə bilər. Zamanla bunu gördük. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, X nəsl i texnologiyadan istifadə etmək və gündəlik həyatda texnoloji yeniliklərə açıq olmaq baxımından Z nəsl i nümayəndələrindən heç də geri qalmır. X nəsl i həmçinin Z nəsl i üçün faydalı ola biləcək müəyyən unikal xüsusiyyətlərə malikdir. Onlar, məsələn, özünə güvənməyə və problem həll etməyə daha çox meyillidirlər, həmçinin dəyişən şərtlərə daha çevik və uyğunlaşa bilirlər. Xüsusilə texnologiyanın sürətli inkişafı, daimi öyrənmə və inkişaf ehtiyacı fonunda bu keyfiyyətlər Z nəslinin uğuru üçün vacib ola bilər.

Bununla belə, bütün nəsillər kimi, X nəsli də iş stressi, iş-həyat balansı, sağlam və maliyyə cəhətdən sabit qalmaq ehtiyacı kimi müəyyən çətinliklərlə üzləşir. Bu çağırışlar sürətli texnoloji inkişaf və dəyişən iqtisadi mühit şəraitində xüsusilə kəskin ola bilər.

Buna görə də, X nəsli cəmiyyətin inkişafında və gələcək nəsillərə, o cümlədən Z nəsillərinə təcrübə və biliklərin ötürülməsində mühüm rol oynayır. Bununla belə, sürətlə dəyişən dünyada öz rolunu qorumaq və aktuallığını qorumaq üçün X nəsli daim öyrənməyə, yeni bacarıqlar inkişaf etdirməyə və yeni texnologiyalara və şəraitə uyğunlaşmağa hazırdır.

Z nəsli nümayəndələri 2000-ci il və sonra anadan olmuş insanlardır. Bu nəslin ən böyük özəlliyi ondan ibarətdir ki, onlar gənc yaşlarından internetlə və sosial şəbəkələrlə tanış olublar və ona görə də bu nəsli “İnternet nəsli” də adlandırmaq olar. Bu nəslin xarici aləmdəki nəsillərlə paralel xüsusiyyətlərə sahib olacağı düşünülür. Ağıllı telefonlar, planşetlər, smart televizorlar və kompüterlərdən istifadə edərək böyüyən bu nəsil üçün internet və sosial medianın bu qədər önə çıxdığını və bütün dünya ilə inteqrasiyasını nəzərə alsaq, onların da dünyadakı yaşlıları ilə eyni xüsusiyyətlərə sahib olmaları qaçınılmaz və inkaredilməz faktır. Gələcəkdə bu nəslin hansı xüsusiyyətlərə sahib olacağı hələ də qeyri-müəyyəndir.

Z nəsli inkişaf etmiş mobilliyə malikdir, qarşılıqlı əlaqəyə açıqdır və əllər, gözlər, qulaqlar və s. motor bacarıq sinxronizasiyası ən yüksək nəsillər olaraq təyin olunur. Motor bacarıqlarının bu sinxronizasiyasına bir nümunə, bir çox Z nəslinin sürüşdürmə ilə smartfonlarında tez yazma bilməsidir. Bu mətn daxil etmə üsulu məlumatı tez emal etmək və gecikmədən yazmaq üçün koordinasiya barmaq, göz və beyin hərəkətini tələb edir. Bu, nəsillər Z-nin artan mobillik və rəqəmsal savadının motor bacarıqlarının sinxronizasiyasına və nəsillər artımına necə gətirib çıxardığının yalnız bir nümunəsidir.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz nəsillərdən başqa, son zamanlar hamının diqqətini cəlb edən fərqli nəsillər var. Bu nəsillər K nəsli adlanır. Bu, növbəti hissədə müzakirə olunacaq.

Azərbaycanda nəsillərlə bağlı bəzi araşdırmalar aparılsa da, xaricdə aparılan araşdırmalar və irəli sürülən nəzəriyyələr daha çox diqqəti cəlb edir. Belə ki, bununla bağlı dəyərli elmi mətnlər olsa da, fundamental elmi əsər yazılmamışdır. Ötən illərə nəzər saldıqda hər nəsillər orta hesabla 70-80 il yüksəliş, oyanış, maariflənmə və böhran dövrlərindən keçdiyi görünür. Ümumiyyətlə, nəsillərin ayrılması iyirminci əsrdən başlayaraq 20-25 il fasilələrlə aparılıb və yaşadığı dövrün xüsusiyyətlərinə görə müxtəlif adlar verilir.

Britaniyalı akademik Noreena Hertz 2015-ci ildə 1995-2002-ci il təvəllüdü və 13-22 yaş arası gənclərlə apardığı araşdırmalar nəticəsində onları istehsalçılar, yaradıcılar və ixtiraçılar nəsillər olaraq təyin edib. Daha əvvəl nəsilləri təyin etdi və onlara K nəsillər adını verdi rəqəmsal əsrdə doğulan və əvvəlki nəsillərlə müqayisədə fərqli dünyagörüşü olan bu nəsillər nümayəndələri

gələcək dünyanı idarə edəcək əsl potensial kadrlardır. K nəsli Amerika yazıçısı Suzanne Collins-in Aclıq Oyunları trilogiyasından olan Katniss Everdeen personajının adını daşıyır. 1990-cı illərin sonundan 2000-ci illərin əvvəllərinə qədər doğulmuş bu nəsil yüksək sosial aktivlik, sosial şəbəkələrə, multimediyaya, oyunlara, eləcə də ekologiya və ədalətə aid mövzulara həvəsi ilə seçilir. K nəslinin üzvləri böyük şirkətlərdəki ənənəvi karyeralardan daha çox öz-özünə işləyən və təşəbbüskardırlar. Texnologiyaya maraq göstərirlər və ondan gündəlik həyatda istifadə edirlər, dəyişikliklərə tez uyğunlaşa bilirlər və inkişaf etmiş intuisiyaya malikdirlər.

Bildirilir ki, bu nəslin fərdləri dünyanın müxtəlif yerlərində müxtəlif ekoloji, mədəni və təhsil mühitlərində yetişsələr də, həyatla bağlı bəzi ümumi xüsusiyyətlərə malikdirlər. Hertzin fikrincə, bu nəsil təkcə almaq istəmir, həm də ideya və ya məhsulun dizaynı və yaradılması prosesinin bir hissəsi kimi məhsullara, xidmətlərə və mediaya öz möhürünü vurmaq istəyir.

Hertz bu nəslin adını birincisi 2012-ci ildə işıq üzü görən Aclıq Oyunları filminin baş qəhrəmanı Katniss Everdinin baş hərflərinin şərəfinə qoyub. Hertz 2015-ci ildə Dünya İqtisadi Forumunda bu nəsil üzərində 2000 amerikalı və britaniyalı gəncə işinin nəticələrini əsasən qadın auditoriyaya təqdim etdi. Hertzin fikrincə, bu nəsil əvvəlki nəsillərə nisbətən daha çox narahatdır, lakin bənzərsiz olmağa daha çox can atır. Onu daha çox bərabərsizlik narahat edir. K nəsli təkcə texnologiyaya həddindən artıq bağlılığı ilə deyil, həm də durğunluğu və mövcud təhlükələrə qarşı həssas davranışı ilə diqqət çəkir. Yeni media texnologiyaları vasitəsilə; İqtisadi çöküş, işsizlik, terror, müharibə, miqrasiya kimi mənfi şərtlərlə erkən yaşda qarşılaşan K nəslinin fiziki cəhətdən təsirlənməsələr də, psixoloji olaraq mənfi təsirləndiyi düşünülür. Texnologiyanın, çöküşün və təhlükənin müəyyən etdiyi K nəsli fərdlərinin də “Biz hər şey edə bilərik” deyən əvvəlki nəsildən daha ədalətsiz bir dünyada yaşadıklarının fərqi olduqları da ifadə edilir. Dünya tarixində ilk dəfə olaraq K nəslinin gəncləri 11 sentyabr hücumları, Madrid və Ankara partlayışları, Paris hücumları, Əl-Qaidənin yüksəlişi, “Əl-Qaidə”nin yaranması kimi yüksək dozada zorakılığın şahidi olublar. İŞİD və dünyanın müxtəlif yerlərində baş verən terror hadisələrini izləyərək böyüyən bu nəsle məhz bu mənfiliklərə görə onlara “Pessimist Nəsil” adı verildi. (Schawbel, 2014)

Hertzin fikrincə, bu nəsil, Y nəsindən fərqli olaraq, texnoloji inkişafın həyata təsirinə heyran olmaq əvəzinə, öz mühiti və dünya üçün qabaqcıl texnologiyadan necə istifadə edəcəyinə diqqət yetirirdi. Z nəsli kimi tanınan 2000-ci il və daha sonra doğulan uşaqlarda hərəkət qabiliyyəti inkişaf etmiş, qarşılıqlı əlaqəyə açıq, bəşər tarixində əl, göz, qulaq və s. motor bacarıqlarının sinxronizasiyasının ən yüksək nəsil olduğunu nəzərə alaraq; K nəslinin fərdlərinin də bu kateqoriyaya daxil olduğunu söyləmək mümkündür.

Smartfonlar onlar üçün xəbərləri, ailəni və dostları təmsil etdiyi halda, əlçatan olmaq onlar üçün varlıq əlaməti deməkdir. İnternetə hər zaman bağlı olmaq dünyanın hər yerində baş verən hər

cür hadisədən anında xəbərdar olmaq anlamına gəldiyi üçün əvvəlki nəsillərdəki yaşlılarının adətən məlumatı olmayan müsbət və ya mənfi hər cür inkişafa çata bilirlər. Bu vəziyyət K nəsini əvvəlki nəsillərdən ayırır. (Schawbel, 2014)

Onların həmkarlarından daha realist olmasına baxmayaraq, onları daha pessimist fərdlərə çevirdiyi bildirilir. Hertz-in araşdırmasındakı tapıntılara əsasən demək olar ki, K nəsini ən böyük narahatlığı uğursuzluq və ya yaxınlarını itirməkdir. Araşdırma nəticəsində məlum olub ki, K nəsini təşkil edən şəxslərin 75%-i əsasən terrorizmdən, 66%-i isə iqlim dəyişikliyindən narahatdır. 86%-i iş tapa bilməməkdən, 77%-i isə borc almaqdan narahatdır. Onların 90%-i yüksək maaşlı işdə işləməyin vacibliyini qeyd edib. Onların 45%-i 10 ildə diqqətəlayiq bir uğur əldə etmək üçün gecə-gündüz çalışmağa hazır olduqlarını bildirsələr də, “Mən hər şeyə layiqəm” deyən Y nəsindən ciddi şəkildə fərqlənirlər.

Bu nəsildə olan bir çox gənc qızın, eyni işdə olsalar belə, kişilərlə eyni maaşı ala bilmədikləri üçün cinsi fərqlərə diqqət çəkdikləri, qadınların mühəndis ola və kişilərin gördüyü bütün işləri gör bilməyəcəyi fikirlərinə qarşı çıxdıqları da müşahidə edilmişdir. Yüksək narahatlıq içində olan bu nəsli həyatlarını davam etdirə biləcək bir iş tapmaq və pul qazanmaq üçün gələcəyə fokuslanaraq mümkün stress mənbələrinin öhdəsindən gəlməyə çalışdığı da bildirilib. Bu nəsli yalnız onda biri hökumətin düzgün işlər gördüyünə inanır. Minillik nəsildən daha yaşlı nəsildə bu vəziyyət nisbətən yarısına uyğundur. Demək olar ki, K nəsini bu aşağı göstəricisi həm iş adamları, həm də siyasətçilər üçün böyük təsir göstərir.

Hertze görə, Z və K nəsillərini formalaşdıran fərqli qüvvələr var. Bu qüvvələrdən ən əsası texnologiyadır.

Hertz-in açıqlamasına görə, onlar daimi açıq, super əlaqəli, super sosial və smartfon nəsli olaraq təyin olunur. Buradakı ünsiyyət, təbii ki, virtual ünsiyyət mənasında işlənir; çünki münasibətlər ümumiyyətlə sosial şəbəkələr vasitəsilə həyata keçirilir. Beləliklə, texnologiya asılılığı sağlamlıq, psixoloji və sosial problemlər kimi bir çox problemə yol açır.

Texnologiya asılılığı ilə bağlı problemlərdən biri fiziki fəaliyyətin azalmasıdır, çünki bir çox Z nəsli vaxtlarının çoxunu ekran arxasında keçirirlər. Bu, piylənməyə, ürək və damar sağlamlığına və hərəkət çatışmazlığı ilə əlaqəli digər xəstəliklərə səbəb ola bilər.

Bundan əlavə, bəzi tədqiqatlar göstərir ki, texnologiyaya aludə olan gənclərdə depressiya, narahatlıq və digər psixoloji problemlərin yaranma riski artır. Sosial media həm də real həyatda sevdikləriniz və dostlarınızla münasibətlərin korlanmasına səbəb olmaqla yanaşı, tənhalıq və yadlaşma hisslərinin artmasına səbəb ola bilər.

Bundan əlavə, Z nəsli real həyatda empatiya və sosial səriştəni inkişaf etdirməkdə çətinlik çəkə bilər, çünki onların ünsiyyətinin çox hissəsi gadget ekranları vasitəsilə baş verir. Bu, onların real dünyaya uyğunlaşmasını və digər insanlarla ünsiyyət qurmalarını çətinləşdirə bilər.

Beləliklə, Z nəsli yüksək texnoloji savadlı və innovativ olsa da, onlar da texnologiya asılılığı ilə bağlı bir sıra problemlərlə üzləşirlər. Texnologiyadan istifadə ilə onun sağlamlığa, psixoloji rifaha və sosial münasibətlərə təsirini məhdudlaşdırmaq arasında tarazlıq yaratmaq vacibdir.

Bu nəsil global böhran dövründə (2000-ci illərdən sonra) yaşadıkları üçün iş təhlükəsizliyi, bərabərsizlik və iqtisadi gələcəkləri ilə bağlı narahatlıq və etibarsızlıq hissi ilə yaşayır. Ona görə də açıq şəkildə demək olar ki, bu böhranlar onların iş tapmaq və karyera qurmaqla bağlı pessimist mənzərəsinə öz təsirini göstərir.

Ətraf mühit və texnologiya müxtəlif nəsillərin sosial-psixoloji intellektinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər. Sosial-psixoloji intellekt insanın digər insanlarla səmərəli ünsiyyət qurmaq, onların emosiyalarını, motivlərini və davranışlarını anlamaq qabiliyyətidir.

Bəzi araşdırmalara görə, insanların həyatın müxtəlif dövrlərində qarşılaşdıqları mühit və texnologiyalar onların sosial-psixoloji intellektinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edə bilər. Məsələn, informasiya və kommunikasiyaya məhdud çıxışla böyümüş erkən nəsillər rəqəmsal texnologiyaların və sosial şəbəkələrin gəldikcə daha mühüm rol oynadığı bugünkü sosial mühiti anlamaq və uyğunlaşmaqda çətinlik çəkə bilər (Strauss., Howe. 1991).

Digər tərəfdən, informasiya və texnologiyaya geniş çıxış imkanı ilə böyüyən nəsillər virtual ünsiyyət sahəsində daha yüksək sosial-psixoloji intellektə malik olsalar da, eyni zamanda real şəxsiyyətlərarası ünsiyyətdə çətinliklərlə üzləşə bilərlər.

Təşkilatlarda idarəetmə strategiyaları və kommunikasiya yanaşmaları işlənilib hazırlanarkən müxtəlif nəsillərin sosial-psixoloji intellektindəki mümkün fərqləri nəzərə almaq və komandanın hər bir üzvünə fərdi yanaşmaq, onların unikal ehtiyac və xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır.

Tədqiqatlar göstərir ki, şəhərdə yaşamaq bəzi sosial və psixoloji bacarıqların inkişafına kömək edə bilər, məsələn, yeni vəziyyətlərə tez uyğunlaşmaq, müxtəlif mədəniyyətlərə və fikirlərə açıq olmaq, başqalarının ehtiyaclarına empatiya və həssaslıq inkişaf etdirmək. Xalq. Bunun səbəbi, şəhər mühitində insanların müxtəlif insan qrupları ilə daha çox məşğul olma ehtimalı və mədəniyyət və sosial normalardakı fərqlərə uyğunlaşmasıdır.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, bütün şəhərlər eyni deyil və bəzi şəhərlər, məsələn, yoxsulluğun, cinayətin və sosial təcridin yüksək konsentrasiyası səbəbindən sosial-psixoloji intellektin inkişafına daha az kömək edə bilər. Yoxsulluğun, cinayətin və sosial təcridin yüksək cəmləşdiyi şəhərlər sakinlər, o cümlədən gənc nəsil arasında sosial-psixoloji intellektin inkişafına

mənfi təsir göstərə bilər. Belə şəhərlər sosial adaptasiya və cəmiyyətdə iştirakda çətinliklər yarada bilər ki, bu da sosial və emosional bacarıqların inkişafına mane ola bilər. Eyni zamanda, yoxsulluğun və cinayətin az konsentrasiyası olan, daha sakit və daha mehriban olan şəhərlər sosial-psixoloji zəkanın inkişafına töhfə verə bilər, çünki onlar yaşamaq və öyrənmək üçün daha təhlükəsiz və dəstəkləyici mühit təmin edir (Strauss., Howe. 1991).

Bundan əlavə, bəzi tədqiqatlar ətraf mühiti aqressiya və inamsızlıq kimi mənfi sosial-psixoloji bacarıqların inkişafı ilə də əlaqələndirir. Məsələn, yoxsulluğun və sosial təcridin yüksək səviyyədə olduğu bəzi icmalarda daha çox zorakılıq və münaqişə ola bilər ki, bu da belə icmalarda yaşayan insanların psixososial bacarıqlarının inkişafına mənfi təsir göstərə bilər.

Beləliklə, ətraf mühitlə sosial-psixoloji intellekt arasındakı əlaqə mürəkkəb və çoxşaxəlidir və konkret şəraitdən və kontekstdən asılı olaraq daha dərin araşdırma tələb edir.

Texnoloji tərəqqi sosial-psixoloji intellektə də öz təsirini göstərir. Məsələn, sosial media və ani messengerlərdən istifadə insanlara başqalarının emosiyalarını və motivlərini daha yaxşı anlamağa kömək edə bilər, həmçinin ünsiyyət bacarıqlarını inkişaf etdirə bilər. Bununla belə, digər tərəfdən, texnologiyadan daimi istifadə sosial-psixoloji intellektə mənfi təsir göstərən yadlaşmaya və sosial təcridə səbəb ola bilər.

Müxtəlif nəsillər necə böyüdükləri və hansı mühitdə yaşadıkları ilə bağlı müxtəlif sosial-psixoloji intellekt səviyyələrinə malik ola bilərlər. Məsələn, rəqəmsal əsrdə böyümüş gənc nəsillər virtual mühitdə əvvəlki nəsillərə nisbətən daha çox ünsiyyət təcrübəsinə malik ola bilər və buna görə də internet ünsiyyətində rəqəmsal savad və sosial həssaslıq səviyyəsi daha yüksəkdir.

Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, hər bir insan özünəməxsusdur və konkret nəsəl və ya mühitə mənsub olmasından asılı olmayaraq müxtəlif sosial-psixoloji intellektə malik ola bilər. Real həyatda ünsiyyət bacarıqlarının azalması və şəxsi təmasda olan insanlarla ünsiyyət qurma qabiliyyətinin azalması ola bilər. Bəzi tədqiqatlar həmçinin göstərir ki, gənclər arasında narahatlıq və depressiya səviyyələri, ola bilsin ki, sosial dəstək səviyyəsinin azalması və çoxlu sayda virtual, lakin bir qədər səthi əlaqələrin olması səbəbindən artır. Beləliklə, sosial-psixoloji intellekt insanların böyüdüüyü və yaşadığı mühitdən və nəsildən asılı olaraq müxtəlif ola bilər və insanların və qrupların sosial səriştəsini qiymətləndirərkən bunun nəzərə alınması vacibdir.

1.3. Z nəslinin psixoloji portreti

Müasir psixologiyada “nəsillər nəzəriyyəsi” ümumi adı altında yeni tədqiqat istiqaməti yaranıb ki, bu, bütün dünyada diqqətçəkən mövzulardandır. Bu nəzəriyyənin müəllifləri N.Hou və V.Ştrausdur. Həmin nəzəriyyə postsovet məkanında xüsusi populyarlıq qazanıb. Bu nəzəriyyəyə görə, hər bir insanın doğulduğu dövr onun dünyagörüşünə təsir edir.

Rus psixoterapevti M.Sandomirskinin fikrincə, yaş həddi ilə bağlı müxtəlif təxminlər var: bir baxışa görə, Z nəsli 2000-ci illərdə doğulanlarla başlayır. Başqa bir fikrə görə, bu nəslə sıfır yaş dövründə hələ yeniyetməlik dövrünü tərk etməyənlər daxildir. Sandomirskinin fikrincə, Z nəslinə 2000-ci ildən sonrakı dövrdə doğulmuş insanlar daxil edilməlidir.

Bu nəslin nümayəndələri kompüter texnologiyasının sürətli inkişafı, qadçetlərin meydana çıxması və ictimai həyata daxil olması dövründə böyüyüb. Bu nəslin nümayəndələri internet, müxtəlif internet rabitə kanalları vasitəsilə bir-birinə bağlıdırlar. Təsadüfi deyil ki, Z nəsli "rəqəmsal" nəsil də adlandırılır. Onlar kitab və qəzetlərə alternativ olaraq televiziyadan istifadə edən valideynlərindən daha çox birbaşa rəqəmsal texnologiyalardan asılıdırlar. Daim internetdən istifadə etməsi və ünsiyyət qurması onun psixoloji xüsusiyyətlərinə təsir edə bilməz. Bu nəslin nümayəndələri çox səbirsiz və əsasən diqqətlidirlər. Eyni zamanda onların hədəfləri qısamüddətli olur və onlar əvvəlki nəsillərdən uşaqlıqdan nisbətən daha az iddialıdırlar. Onlar daha çox istehlakçı yönümlü və daha fərdi xüsusiyyətlərə malikdirlər. Bu nəsil müəyyən qrupların bir hissəsi olmağa meylli deyil, onlar sərbəst şəkildə qərar vermək hüququnda israrlıdırlar. Z nəsli yaş xüsusiyyətləri və inkişaf vəzifələri baxımından təhlil edərkən qeyd etmək lazımdır ki, Z nəslinin nümayəndələri digər nəsillərin nümayəndələri ilə eyni yaş inkişafı mərhələlərini keçirlər. Bununla belə, bu mərhələlərin keçid xüsusiyyətləri arasında onların kompüterləşdirilməsini vurğulamaq lazımdır. Məsələn, məktəbəqədər uşaqların inkişafının aparıcı üsulu müxtəlif oyunlardır. Qeyd etmək lazımdır ki, məktəbəqədər yaşda olan uşaqlar televizorda müntəzəm oyunlar oynayır və cizgi filmlərinə baxırlarsa, Z nəsli məktəbəqədər uşaqlar internetdə kompüter oyunları oynayır və cizgi filmlərinə baxırlar (Strauss., Howe. 1991).

Bu nəslin yeniyetmələrində də aparıcı fəaliyyət ünsiyyətdir. Ancaq maraqlı məqam budur ki, Z nəsindən olanlar, təhsil alan nəslin yeniyetmələri SMS mesajları, sosial şəbəkələr və digər internet vasitələri ilə, yəni virtual ünsiyyət qururlar. Eyni zamanda, valideynlər və ekspertlərin qeyd etdiyi kimi, artan kompüterləşmə real ünsiyyəti, virtual oyunlar isə real oyunları əvəz edə bilməz. Belə ki, bunun vasitəsilə uşaqlar təkcə maddi aləmdən uzaqlaşırırlar desək hər halda daha düzgün olar. Beləliklə, uşaq sanki oyuncaqla ünsiyyət qurur. Onu da qeyd edək ki, eyni zamanda bu nəslin sosiallaşır, müəyyən gündəlik və digər bacarıqları öyrənir, həm də oyun zamanı dostları ilə ünsiyyətə girir.

Z nəsli, hər hansı bir nəslin digər nəsillərindən fərqli olaraq, rəqəmsal dünyaya və sosial media platformalarına girişlərinə olduqca erkən başladı. Beləliklə, Z nəsli internet və rəqəmsal medianın istifadəsində böyük təcrübəyə və biliyə malikdir. Bundan əlavə, texnoloji inkişafı və rəqəmsal yeniliklərə çox açıqdırlar (Воронцова, 2016).

Z nəsli və ya “rəqəmsal yerlilər” rəqəmsal texnologiya və sosial şəbəkələrin geniş yayıldığı bir dövrdə doğulub böyüyüb. Onlar tez-tez dostları ilə ünsiyyət qurmaq, məlumat almaq, əylənmək və öyrənmək üçün rəqəmsal cihazlardan istifadə edirlər.

Z nəsli həm də çoxlu tapşırıqları yerinə yetirmə qabiliyyəti, müxtəlif tapşırıqlar və media formatları arasında cəld keçid qabiliyyəti ilə tanınır. Onlar həmçinin sosial şəbəkələrdən və digər rəqəmsal platformalardan istifadəyə üstünlük vermələrində özünü göstərən bir komandada əməkdaşlıq etmək və məlumat paylaşmaq ehtimalı daha yüksəkdir.

Z nəsli həm də irqi və gender bərabərliyi, cinsi oriyentasiya və ətraf mühit kimi sosial məsələlərə daha geniş və açıq baxışı ilə seçilir. Onlar tolerantlıq və müxtəlifliyin tərəfdarıdır və bu ideyaları yaymaq və ictimai hərəkətlər yaratmaq üçün öz rəqəmsal platformalarından istifadə edə bilirlər.

Bununla belə, bütün nəsillər kimi onlar da rəqəmsal cihaz və sosial media asılılığı, eləcə də manipulyasiya xarakterli məlumatlara və saxta xəbərlərə məruz qalmaqla bağlı problemlərlə üzləşə bilirlər.

Bu səbəbdən Z nəsli texnologiyadan istifadə etmək və yeni bacarıqları tez öyrənməkdə bəzi üstünlüklərə malik ola bilər. Onlar həmçinin yeni texnoloji inkişafıya və onların həyatın müxtəlif sahələrində tətbiqlərinə daha açıq ola bilirlər (Bоронцова, 2016).

Bununla belə, bəzi araşdırmalar da göstərir ki, internetdə və sosial mediada çox vaxt sərf etmək narahatlıq səviyyəsinin artması, diqqətsizlik və depressiya kimi bəzi mənfi nəticələrə gətirib çıxara bilər. Odur ki, Z nəslinə onlayn və oflayn fəaliyyətlər arasında vaxtlarını necə balanslaşdırmağı öyrətmək, eləcə də gündəlik həyatlarında rəqəmsal texnologiyalardan səmərəli istifadə etməyi öyrətmək vacibdir.

Psixoloji cəhətdən Z nəsli fərdi azadlıqlarına və ətraf aləmin müxtəlif mədəniyyətlərinə hörmət etməyə çox həssasdır. Əməkdaşlıq, tolerantlıq, bərabərlik və müxtəliflik kimi dəyərlərə böyük əhəmiyyət verirlər. Bundan əlavə, yaradıcı və yenilikçi düşünmə bacarıqlarına və yüksək səviyyədə problem həll etmə qabiliyyətinə sahibdirlər.

Bununla birlikdə, Z nəsli, digər nəsillərdən fərqli olaraq, rəqəmsal dünya ilə üz-üzə gəldiyindən tənhalıq, narahatlıq və depressiya kimi psixoloji problemlərlə daha çox mübarizə apara bilər. Bundan əlavə, digər nəsillərdən fərqli olaraq, Z nəsli tez-tez özünə inamdan məhrumdur və həyatlarını idarə etməkdə çətinlik çəkə bilirlər. Z nəslinin nümayəndələrini fərqləndirən əsas xüsusiyyət ondan ibarətdir ki, onlar üçün kompüter və internet bir növ real məkanı təmsil edir, onsuz mövcud ola bilməzlər. Müasir tədqiqatçılar dəfələrlə sübut ediblər ki, onlar üçün internet vasitəsilə virtual məkanda ünsiyyət qurmaqdansa, dostları ilə real məkanda

ünsiyyət qurmaq böyük çətinlikdir. Həyətdə oynamaq da onlar üçün virtual reallıqda oynamaqdan daha az maraqlıdır.

Z nəsli üçün vacib vəzifə onlara kütləvi şüurun manipulyasiyasına müqavimət göstərmək bacarığını öyrətməkdir, çünki internet və real məkanda düşünmək və yaşamaq qabiliyyətinin olmaması manipulyasiyaya həssaslığı artırır. Daimi internetdə qalmaq da idrak sferasının və təfəkkürün inkişafına təsir göstərir.

Z nəsli fərdləri bir-biri ilə sosial əlaqədədirlər və həm vizual, həm də texnoloji nəsil hesab olunurlar. Bu nəslin insanları Twitter və ya Facebook platformalarında açıq şəkildə paylaşmaq əvəzinə daha özəl olan Snapchat və s. kimi proqramlara üstünlük verirlər. Nəslin inkişaf tempini nəzərə alaraq onlar daim yenilik tələb edir və dəyişikliyə ehtiyac duyurlar, ona görə də Facebook və s. platformalar onlar üçün köhnə alətlər olaraq qalır və onlar həmişə yeni bir şey istehlak etmək istəyirlər. Bu baxımdan hətta e-poçt vasitəsilə ünsiyyətin də zamanla geridə qalacağı gözlənilir. Z nəsli fərdləri heç bir fiziki məkan tutmadan virtual dostluqlar qururlar. Onlar zaman və məkandan asılı olmayaraq ailəsi və dostları ilə əlaqə saxlayır və ünsiyyətlərini vizual və ya mətnlərlə təmin edirlər. Y nəsli ilə müqayisədə Z nəsli Y nəslinin fərdləri kimi necə mübarizə aparacağını bilmir. Praktik olmaq, bilikdən fərqli zəkaya sahib olmaq və cəsarətli olmaq onları daha çox liderliyə sövq edir. Y nəsindən fərqli olaraq, onlar çox səbirsiz, lakin çox çevikdirlər və daim özləri üçün yeni çağırışlar və yeni impulslar axtarırlar. (Tari, 2011; Kuran, 2022)

Z nəsli nümayəndələrinin təfəkkürü informasiyanın kiçik hissələrdə, böyük mətnlərdə işlənməsinə yönəlib, onlar böyük həcmdə informasiyanı emal edir və dərk edirlər. Z nəslinin təfəkkürünün əsas xüsusiyyətləri arasında informasiyanı qavramaq, sistemli düşünmək qabiliyyətinin olması var.

Bu nəslin nümayəndələri sadəcə bir mesajla da bütövlükdə bir problemi aradan qaldırmağa qadirdir. Onlar danışıq (yazılı) ifadəni bütövlükdə başa düşməyə çalışırlar, bir parça sual qoparırlar ki, onun artıq cavabı əvvəlcədən hazırdır. Bundan əlavə, ünsiyyətdə qısalıq və səmərəliliyin vurğulanması bəzən digər insanlarla münasibətdə hörmət və həssaslığın olmamasına səbəb ola bilər. Bununla belə, ümumilikdə Z nəsli rəqəmsal əsrdə ünsiyyət qurmaq və problemləri həll etmək üçün özünəməxsus bacarıq və yanaşmalara malikdir.

Onlar üçün səbəb-nəticə əlaqələrinin necə işlədiyi aydın deyil, uzun müddət ərzində zaman əlaqəsi vermək də çətinidir. Keçmiş, indi və gələcək arasında əlaqənin olmaması müəyyən zaman dövrlərini birləşdirə bilməməkdə, konkret süjet və ya hadisəyə məntiqi perspektiv qurmaqda özünü göstərir. (Tracy və Fernanda, 2018)

Z nəsli rəqəmsal dövrün təsiri altında böyüdükcə, ünsiyyət bacarıqları və əlaqələr qurma üsulları da digər nəsillərə görə dəyişə bilər. Şəxsi ünsiyyətdən daha çox rəqəmsal ünsiyyət

vasitələrinə üstünlük verə bilirlər. Bununla birlikdə, rəqəmsal dövrdə böyüdükləri üçün bu nəsil qlobal əlaqələr, paylaşma və əməkdaşlıqda olduqca müvəffəq olur.

Nəsil Z, digər nəsillərlə müqayisədə təhsilə və öyrənməyə daha çox diqqət yetirir. Çox tapşırıq qabiliyyətinə malikdirlər və tez uyğunlaşa bilirlər. Bundan əlavə, texnologiyadan yaxşı istifadə edərək işlərini daha səmərəli edə bilirlər. Onlar tez-tez xüsusilə texnologiya və elm sahəsində ali təhsil və təlim axtarırlar. Onlar həmçinin yeni texnologiyalara və ətraf mühitdəki dəyişikliklərə tez uyğunlaşa bilirlər ki, bu da müasir dünyada mühüm bacarıqdır. Bundan əlavə, Z nəsli rəqəmsal biliklərə malikdir və iş səmərəliliyini artırmaq üçün müxtəlif proqram və proqramlardan istifadə edə bilir. Bu, onların gələcək karyerası və həyatda uğurları üçün vacib ola bilər.

Bununla birlikdə, Z nəsli də davamlı stimullaşdırmaya ehtiyac duyur və qısa müddətli konsentrasiyaya malikdir. Buna görə öyrənməyi daha maraqlı və əyləncəli etmək üçün yeni yanaşmalar inkişaf etdirmək vacibdir, xüsusən də təhsil və öyrənmə baxımından.

Nəsil Z digər nəsillərə nisbətən daha açıq fikirli və liberaldır. Beləliklə, cinsiyyət, cinsi oriyentasiya, irq və din məsələlərinə daha dözümlüdürlər. Sosial bərabərlik, insan hüquqları və ətraf mühitin qorunması kimi məsələlərə də böyük diqqət yetirirlər.

Beləliklə, 2-ci nəsil özünəməxsus xüsusiyyətlərə malik nəsidir. Yuxarıda göstərilən xüsusiyyətlərin ortaya çıxması bu nəslin nümayəndələrinin vaxtlarını keçirdikləri və onsuvarlığını təsəvvür edə bilməyən İnternetdir. Bu, 2-ci nəslin dünyagörüşünə, onun psixoloji xüsusiyyətlərinə təsir edir. İnternet məkanı həm də onların təkəkkür xüsusiyyətlərinə və bütövlükdə koqnitiv sferaya təsir göstərir. 2-ci nəslin psixoloji xüsusiyyətləri müəllimlər və psixoloqlar qarşısında sosiallaşma, sosial uyğunlaşma və öyrənmə prosesində yardımın göstərilməsi ilə bağlı suallar yaradır.

İnsanlar özləri də ölkələr və qurumlar kimi zamanla dəyişirlər. Əvvəlki nəslin qoyub getdiyi irsin (ölkə, mədəniyyət, dil və s.) digər nəsillərə ötürülməsi ilə yanaşı, sosial qarşılıqların, sosial problemlərin minimum səviyyədə olması arzu edilir. Bu baxımdan irsin gələcək nəsillərə düzgün ötürülməsi üçün keçmiş nəsillərin xüsusiyyətlərini və ictimai münasibətlərini bilmək, bugünkü şəxsiyyətlərin xüsusiyyətlərini öyrənmək böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Ənənəvi olaraq nəsil “uşaqların və onların valideynlərinin doğulması arasındakı orta vaxt intervalı” kimi müəyyən edilir. Bu bioloji tərif təxminən 0-25 yaş dövrünə uyğundur. Nəsil sosial elmlərdə tez-tez bir qrup və ya icma ilə sinonim olaraq istifadə olunur. Bu gün nəsillər bioloji anlayışdan çox sosioloji anlayış kimi təsvir edilir. Doğum qrupuna görə, bu nəsillərə məşhur mədəniyyətdə “sosial nəsillər” də deyilir və bu nəsillər sosioloji təhlilin əsasını təşkil edir. 19-cu

əsrdən başlayaraq gənclərin qurulmuş ictimai quruluşa müqavimət ideyaları və daimi sosial dəyişikliyin şüuru ilə nəsillər üzərində araşdırmalar ortaya çıxmağa başlamışdır. Bəzi analitiklər hesab edir ki, nəsil cəmiyyətin əsas sosial təbəqələrindən biridir, digərləri isə onun əhəmiyyətinin sinif, cins, irq və təhsil kimi amillərin kölgəsində qaldığını düşünür.

Son 30-40 ildə texnologiyanın başgicəlləndirici inkişafı nəsillər arasında daha çox fərqliliklərə səbəb olmaqla yanaşı, nəsillərarası qarşıdurmaları da gətirir. Bu qopmalar və ya nəsillər arasında münaqişələr həm də bir çox yeni sosioloji və psixoloji problemlərə yol açır. Lakin nəsil fərqi təkcə əsrimizin problemi deyil. Əsrlər boyu mövcud olmuşdur və bundan sonra da olacağı gözlənilir. Bütün bu səbəblərə əsaslanaraq, tədqiqatın məqsədi kommunikasiya texnologiyalarında baş verən inkişafın gənclərin bir-biri ilə və valideynləri ilə münasibətlərinə nə dərəcədə təsir etdiyini üzə çıxarmaq, onların əvvəlki nəsillərdən fərqli şəkildə yaratdıqları yeni ünsiyyət üsullarını ortaya çıxarmaqdır. Məlum olduğu kimi, bu tədqiqatın əsas problemi Z nəsli fərdlərinin özlərini ifadə etmək və bir-birləri ilə əlaqə saxlamaq üçün sosial media vasitələrinə diqqət yetirmələrinin müsbət və mənfi tərəfləridir. Bu mövzuda danışarkən ortaya çıxan əsas problemlərlə yanaşı bir sıra başqa mövzular da ortaya çıxır. Bu məsələlərin həll edilməsi əslində məsələyə olan baxışı dəyişə bilər. Belə ki, son dövrlərdə texnikanın sürətli inkişafı hələlik sonuncu nəsil hesab olunan Z nəslinin həyatında müsbət tərəflərin olmasını da istisna etmir. Bu baxımdan araşdırma apararkən müasir interaktiv metodların, elmi-texniki bazanın son dərəcə sürətlə inkişaf etdiyi dövrdə insan kapitalının formalaşması və bunların qarşılıqlı təsiri məsələlərində bir sıra maraqlı suallar qarşıma çıxdı:

- Sosial media kimi tanınan sosial şəbəkələrlə günün hər saati onlayn olan və bütün münasibətlərini virtual mühitlərdə aparmağa başlayan gənc nəsli necə müəyyənləşdirmək lazımdır?

- Gənc nəsillə onların valideynləri arasında münaqişələrin səbəbi sosial mediadır mı?

- Başqa faktorlar varmı və biz bu amilləri görməzliyə vurub, yalnız sosial mediaı günahlandırırıq?

- Kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı bizimlə uşaqlarımız arasında ünsiyyət problemi yaradır mı, yoxsa ünsiyyətə asanlaşdırıcı təsir göstərir?

Z nəsli fərdlərinin yeni media texnologiyalarının təsiri ilə fərqli bir ünsiyyət metodu yaratdıqları və buna görə də əvvəlki nəsillərə nisbətən sosial münasibətlərində (dostları, valideynləri və cəmiyyətlə) transformasiya yaşadıkları danılmaz bir fakt kimi qəbul edilir.

Yeni nəsillərin texnoloji və sosial dəyişikliklərə sürətli təsiri onların valideynləri ilə ünsiyyətinə də təsir edir. Yeni media texnologiyalarından düzgün istifadənin, gənc nəsle qarşı empatiyaya əsaslanan dəstəkləyici və istiqamətləndirici münasibətlərin inkişaf etdirilməsinin Z

nəsli ilə onların valideynləri arasında ünsiyyətə müsbət təsir edəcəyi tez-tez qeyd edilən arqumentlərdən biridir.

Arqumentasiya texnikası bir fikri, fərziyyəni və ya düşüncəni sübutlar və sübutlar vasitəsilə müdafiə etmək və izah etmək üçün istifadə olunan bir texnikadır. Bu araşdırmada K nəsli fərdlərinin valideynləri və cəmiyyətdəki digər fərdlərlə ünsiyyəti texnoloji inkişaf kontekstində araşdırılmışdır. Tədqiqatın məhdudluğu yalnız İngilis akademik Noreena Hertz-in tədqiqata əsaslanması idi.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, XX əsrin əvvəllərinə qədər iki fərqli nəsilçilik məktəbinin mövcud olduğu qəbul edilirdi. Mannheim, gəncliyin sosial dəyişmə prosesinin sürətinin nəsillərin formalaşması üçün vacib olduğunu və hər nəslin özünü fərqli görə bilmədiyini vurğulayırdı. Onun fikirlərinə görə, bir nəslin sürətli sosial dəyişmə dövrlərində öz xüsusiyyətlərini bir-biri ilə əlaqəli şəkildə inkişaf etdirmə ehtimalı daha yüksəkdir. O, həmçinin iki əsas nəsil altında müxtəlif alt nəsillərin mövcud ola bilməsi fikrini də müdafiə edirdi.

Mannheim həmçinin bildirdi ki, sosial dəyişikliklər böyük tarixi hadisələrə ehtiyac olmadan tədricən baş verə bilər. Lakin hadisələrin daha çox sürətlənmiş sosial və mədəni dəyişikliklər dövründə baş verməsi ehtimalı daha çox ağılabatandır (Bannon, 2001, s.276).

Nəsillər nəzəriyyəsinə xüsusilə seçilən nəsil Z nəslinin nümayəndələrinin özünəməxsus xüsusiyyətləri saymaqla bitmir.

1. Rəqəmsallaşmayan dünya onlar üçün qəbul edilməzdir. Texnoloji cihazlar Z-nəslinin gündəlik yaşamının önəmli bir parçasıdır, yeni rəqəmsallaşma trendlərindən geri qalmaqla Z nəsli üçün qəbul edilməzdir. Z nəsli üçün texnologiya gündəlik həyatlarının ayrılmaz hissəsinə çevrilib. İnternet və sosial şəbəkələr bu nəsil üçün əsas informasiya, əyləncə və ünsiyyət mənbəyinə çevrilib. Onlar texnologiyanın həmişə mövcud və zəruri olduğu bir dünyada böyüyüblər və buna görə də çox vaxt həyatlarını onsuz təsəvvür edə bilmirlər. Bu, onları texnologiyadan istifadə etmədən yaşayıb işləməyi bacaran əvvəlki nəsillərdən fərqləndirir.

2. Azad ruhlu və bir o qədər də, sərbəstdirlər. "Baby Boomers" və "X" nəsilləri Z nəslini ən çox onların sərbəst davranışları və hər hansısa işdə tez bir zamanda yüksəlmək arzularından dolayı tənqid edirlər. Bir çox hallarda bu sərbəstlik tərbiyədə ola müəyyən boşluqların nəticəsi hesab olunur, tez yüksəlmə arzusu isə zəhmətkeş olmamaqla əlaqələndirilsə də, əslində belə deyil. Azad ruhluluq və sərbəstlik istəyi onların rəqəmsal dünyanın imkanları barədə hələ uşaq yaşlarından tanış olması ilə əlaqədardır. Z nəsli rəqəmsallaşmanın artan imkanları sayəsində qəbul olunmuş müəyyən stereotipləri pozmaqda daha cəsarətli davranırlar ki, bu da başa düşüləndir.

Həqiqətən də, istənilən informasiyanı internetdən saniyələr ərzində əldə edə bilən bir nəslin nümayəndələri üçün partada daşlaşmış formada dərsə qulaq asmaq, milyonlarla kitab toplanmış kitabxanalarda köhnəlmiş kitab vərəqlərini oxumaq o qədər də asan məsələ deyildir.

3. Pragmatist və realistdirlər. Z nəslinin nümayəndələri realizmə güclü bağlılıqları ilə seçilir, analitik zəkası yüksək inkişaf etmiş Z-nəslini sadəcə "bəzəkli-düzəkli" cümlələr səsləndirərək, nəyəsə inandırmaq və motivasiya etmək bir qədər çətin məsələdir. Nəsil Z adətən konkret nəticələr və praktik həlləri qiymətləndirən pragmatistlər və realistlərdir. Onlar yüksək səviyyəli analitik zəkaya malikdirlər və adətən hansı hərəkətlərin istənilən nəticəyə gətirib çıxara biləcəyini yaxşı başa düşürlər.

Bu səbəbdən Z nəslini sadə dekorativ düzgün ifadələr və ya manipulyasiyalarla motivasiya etmək və inandırmaq çətin ola bilər. Onlar tez-tez köhnəlmiş yanaşmalara inanmırlar və öz araşdırmaları və məlumatların təhlili əsasında məlumat və qərarları qiymətləndirməyə çalışırlar.

Bunun əvəzinə, Z nəslini uğurla ünsiyyət qurmaq və onları motivasiya etmək üçün onlara etibarlı və konkret faktlar, eləcə də sübutlar təqdim etməlisiniz. Onlar adətən açıqlığı və şəffaflığı, hər kəsin öz fikir və ideyalarını ifadə etmək imkanının olduğu bir komandada işləmək arzusunun yüksək qiymətləndirirlər.

4. İndividualistdirlər. Z-nəslini üçün bütün müxtəliflikləri, rəngarənglikləri ilə bir fərd olmaq, fərd olaraq özünü sübut etmək önəmlidir. Hər şeyi, öncədən qəbul olunmuş anlayışlar, stereotiplərlə qiymətləndirməyi, ümumiləşdirməyi sevmirlər. Z nəslini adətən öz şəxsi azadlıqlarını və özünəməxsusluğunu ifadə edən fərddirlər. Onlar qərəzli təsəvvürlər və stereotiplərlə mühakimə olunmağı və ya ümumiləşdirməyi sevmirlər (Bannon, 2001).

Z nəslini tez-tez həm virtual, həm də real dünyada özünü ifadə etməyə çalışır və onlar adətən təcrübələrə və fərdiliklərini ifadə etməyə kömək edə biləcək yeni ideyalara açıqdırlar. Onlar həmçinin hər kəsin öz töhfəsini vermək və fərdi istedadlarını göstərmək imkanı olan bir komandada işləməyə üstünlük verirlər.

Qeyd etmək lazımdır ki, Z nəslini fərdi olsa da, onlar həm də sosial məsuliyyət və cəmiyyətin rifahı üçün qayğı göstərirlər. Onlar ətraf mühit və insan hüquqları kimi sosial məsələlərlə maraqlanırlar və öz inanc və dəyərlərinə uyğun hərəkət etməyə çalışırlar.

5. Pul onlar üçün əhəmiyyətlidir. Z nəslini sələfləri olan Y nəslindən daha az idealist daha çox materialistdir. Onlar üçün maddi cəhətdən motivə edilmək əhəmiyyətlidir. Y nəslini və Z nəslini arasında keçirilən sorğular nəticəsində məlum olmuşdur ki, Z nəslini yüksək məbləğ qarşılığında standart iş saatından əlavə işləməyə Y nəslindən daha istəklidir, ikinci bir sorğunun nəticəsinə əsasən isə sorğuda iştirak edən Z nəslinin üçdə ikisi daha yüksək məvacib qarşılığında sevdikləri işlərini dəyişməyə razı idilər (Strauss və Howe, 2001).

6. Yüksək ambisiyaları var və rəqabəti sevirlər. Əyləncə anlayışlarından dolayı, bu nasilə bəzən qeyri-ciddi yanaşılsa da, əslində Z- nəslinin yüksək ambisiyaları, hədəfləri var və bu hədəflərə çatmaq üçün rəqabətdən aparmaqdan da çəkinmirlər. Z nəsli yüksək ambisiyaları və uğur qazanmaq istəyi ilə tanınır. Onlar texnologiyanın sürətlə dəyişdiyi bir dövrdə böyüyür və məqsədlərinə çatmaq üçün yeni üsul və vasitələrdən istifadə etməkdən çəkinmirlər. Rəqabət həm də onların həyatlarının mühüm aspektidir və onlar uğur qazanmaq bacarıqlarını sübut etmək üçün yarışmaqdan qorxmurlar. Bununla belə, hər hansı digər nəsil kimi, Z nəslinin də inkişaf prosesində aradan qaldırılmalı olduğu öz çatışmazlıqları və çətinlikləri var (Strauss və Howe, 2001).

7. Sahibkar ruhludurlar. Daha çox pul qazanmağa olan böyük istək sərbəstlik arzusu və yaradıcılıq kimi xüsusiyyətlərə malik Z nəsli öz işlərini qurmağa daha böyük maraq göstərirlər. Bir çox Z nesli sahibkarlıqla maraqlanır və öz bizneslərini qurmaq istəyirlər. Onların texnologiyaya olan sevgisi və yeni şəraitə tez uyğunlaşmaq qabiliyyəti onları innovasiyalar və yeni layihələrin inkişafı qabiliyyətinə çevirir. Bundan əlavə, onlar tez-tez öz işlərində təşəbbüskarlıq və müstəqillik nümayiş etdirirlər ki, bu da uğurlu sahibkar üçün vacib keyfiyyətdir.

8. Sosiallaşmağı sevirlər. Z nəsli daima çevrələrini genişləndirməyə, yeni və fərqli insanlar tanımağa və onlarla ünsiyyət qurmağa çalışır və bu məqsəd üçün heç də hesab olunduğu kimi ancaq virtual vasitələrdən istifadəyə üstünlük vermir. Z nəsli insanlarla üz-üzə ünsiyyət qurmağı da, çox sevir. Bu nəslin nümayəndələri ilə ünsiyyət zamanı hər iki üsuldan da balanslı şəkildə istifadə önəmlidir.

9. Tolerantdırlar. Fərqlilikləri sevmələri və müxtəlif qruplardan insanlarla ünsiyyət qurmağa maraqlı olmaları Z nəslinin empatiya bacarığının yüksək inkişaf etməsinə şərait yaradır ki, bu da onlarda tolerantlıq hissəsinin daha yüksək olmasına səbəb olur. Z nəsli qloballaşma, miqrasiya və internetin müxtəlif mədəniyyətlərdən və ölkələrdən olan insanlarla əlaqə yaratmaq üçün yeni imkanlar yaratdığı bir dünyada böyüdü. Bu, bu nəslin nümayəndələrini mədəniyyət, din, irq və cinsi oriyentasiya fərqliliyinə daha dözümlü olmağa vadar edib. Onlar tez-tez bərabərlik və inklüzivlik ideyalarını dəstəkləyir və yeni ideyalara və perspektivlərə açıqdırlar. Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, bu ümumiləşdirmədir və Z nəslinin bütün nümayəndələrinə şamil edilmir, çünki hər bir insan fərdi və öz inancı və fikirləri ola bilər.

10. "Multitasking" bacarıqları yüksəkdir və diqqətləri daha tez yayınır. Ağıllı cihazlarla həddən artıq vaxt keçirmələri, bir müddət sonra Z nəslinin də onlara bənzəyərək, eyni vaxtda bir neçə işi həll etmə bacarıqlarının formalaşmasına səbəb olmuşdur. Bu, əksər hallarda müsbət xüsusiyyət hesab olunmasına baxmayaraq, diqqətin çox tez yayınması kimi hallara səbəb olur. Bu multitasking bacarıqları bəzi sahələrdə, məsələn, texnologiya və ya marketinqdə faydalı ola bilər, burada tapşırıqlar arasında sürətlə keçid etməlisiniz. Bununla belə, qeyd etdiyiniz kimi, bu, Z

diqqəti yayındırmağa və daha az diqqətə daha çox meylli olmağa səbəb ola bilər. Bu, xüsusən də dərin təhlil və diqqətin bir tapşırığa yönəldilməsi tələb olunan şəraitdə onların fəaliyyətinə və tapşırıqların icrasında səmərəliliyinə mənfi təsir göstərə bilər.

II FƏSİL. İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARININ Z NƏSLİ NÜMAYƏNDƏLƏRİNİN FORMALAŞMASINDA ROLU

2.1. Qloballaşma dövründə Y və Z nəslinin özünəməxsus fəaliyyət aspektləri

Müharibələr, depressiyalar, sosial hadisələr (qadın azadlığı və s.), qloballaşma, liberallaşma və özəlləşdirmə, dünyada baş verən siyasi, sosial və texnoloji dəyişikliklər bu dövrlərdə insanlara öz təsirini göstərmiş, dəyişiklik və inkişaf yaşayan insanların xüsusiyyətlərinə də öz təsirini göstərmişdir.. Ona görə də müxtəlif dövrlərdə yaşayan insanların xüsusiyyətləri də yaşadıkları dövrün şəraitinə görə dəyişir.

Nəsil fərqləri inkişafın əksi olaraq iş həyatına da mənfi təsir edir. Odur ki, məqsədlərinə çatmaq istəyən müəssisələr işə gətirdükləri insanların iş həyatından dəyişən gözləntilərindən xəbərdar olmalı və işçilərini əldə saxlamaq üçün bu insanların xüsusiyyətlərini bilməli, iş şəraitlərini dəyişdirməli, daha da yaxşılaşdırmalıdır. Z nəsli ilə bağlı araşdırmaların aparılması, xüsusilə, son illərdə daha da fəallaşmışdır. Y və Z nəslinin iş həyatından gözləntilərinin müqayisəsinə baxdıqda Y nəsli bugünkü iş həyatında hələ də aktiv olsa da, gələcək illərdə iş həyatında daha çox yer alacaq və texnologiyada doğulub böyüyən Z nəslinin fərqli zehniyyətinin əhəmiyyətli töhfələr verəcəyi düşünülür.

X və Y nəsillərindən sonra iş həyatında iştirak etməyə başlayan Z nəslinin iş həyatından gözləntilərini müəyyən etmək maraqlıdır. Bu nəslin nümayəndələrinə olan gözləntiləri əvvəlki Y nəsli ilə müqayisə etmək, müəssisələrin məqsədlərinə çatmaq baxımından yeni nəsil menecerlərlə bu müqayisənin nəticələrini təhlil etmək vacib, eyni zamanda maraqlı məqamlardandır. Əsas məsələ Y və Z nəsillərinin iş həyatından gözləntilərini müəyyən etmək, gözləntiləri və müqayisələri müəyyən etmək və nəticələri işıqlandırmaq məqsədi ilə nəsil cəmiyyətə çatdırmaqdır.

Z nəslinin gözləntilərini əvvəlki Y nəsli ilə müqayisə etmək də iş həyatındaki tendensiyaları və dəyişiklikləri anlamaqda faydalı ola bilər. Bu, işin və karyeranın hansı aspektlərinin daha vacib olduğunu və iş seçərkən qərar qəbul etməyə hansı amillərin təsir etdiyini göstərə bilər.

Müəssisələrin məqsədlərinə çatmaq baxımından bu müqayisənin nəticələrinin təhlili şirkətlərə öz gənc işçilərinin gözləntilərini daha yaxşı başa düşməyə və onların şirkətdə böyüməsi və inkişafı üçün əlverişli iş mühiti və şərait yaratmaq üçün müvafiq tədbirlər görməyə kömək edə bilər.

İş həyatında Z tendensiyaları və gözləntiləri haqqında anlayışın daha geniş yayılması və gənc işçilər üçün HR və karyera inkişafı sahələrində qərarların qəbul edilməsini məlumatlandırması üçün tədqiqatın nəticələrini çatdırmaq və vurğulamaq da vacibdir. Məlumat

vermək və bilikləri bölüşmək bugünkü iş dünyasında Z nəsli başa düşmək və dəstəkləmək üçün əsas elementlərdir. Gənc işçilərin öz karyeralarında uğur qazanması üçün qarşılarında duran tələbləri dərk etməli və gələcəkdə tələbat olacaq bacarıqları inkişaf etdirməlidirlər. Gənclərin əməyini və peşəkar inkişafını ön plana çıxaran tədqiqatlar işəgötürənlərə Z nəslinin ehtiyaclarını və üstünlüklərini daha yaxşı anlamağa kömək edəcək, həmçinin onların inkişafı və karyera yüksəlişinə şərait yaradacaq. Buna görə də, iş dünyasında onların uğurlu gələcəyini təmin etmək üçün Z nəsli ilə fəal şəkildə məşğul olmaq və əməkdaşlıq etmək vacibdir.

Nəsillər mövzusu ilə bağlı iqtisadiyyat, politologiya, demografiya, sosiologiya, klinik psixologiya və s. elmlərin mütəxəssisləri tərəfindən 50 ildən artıqdır ki, müxtəlif tədqiqatlar aparılır.

Fərdləri bir-birinə bağlayan ortaq doğum illərində baş verən müəyyən tarixi hadisələr fərdlər üçün ortaq təcrübəyə çevrilir və onların kritik inkişaf illərinə böyük təsir göstərir. Bununla belə, doğum illərini paylaşan fərdlər bir-birlərini qrupdaxili üzvlər kimi tanıyarkən, qrupdan kənar qalanlar isə onları ayrı bir nəsil kimi tanıyırlar. Beləliklə, qohum nəsillərdə olan fərdləri digər nəsillərdən təkcə ortaq doğum illərinə görə deyil, həm də üzvlərin xüsusiyyətlərinə daimi təsir göstərən unikal sosial və tarixi təcrübələrinə görə fərqləndirmək olar .

Bildiyimiz və yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi, hər nəslin öz xüsusiyyətləri, əsas dəyərləri və münasibətləri, güclü və zəif tərəfləri var. Ancaq buna baxmayaraq, dünya alimlərindən (məsələn, Tvenge) nəsilləri eyni zamanda doğulmuş, kritik inkişaf dövrlərində unikal tarixi və sosial həyat hadisələrini paylaşan fərdlər kimi müəyyən edir. Müəlliflərin fikrincə, hər bir nəsil onları müxtəlif dövrlərdə böyümüş insanlardan ayıran ümumi dəyərlər sistemlərini təşkil edən geniş qüvvələrdən (yəni valideynlər, həmyaşıdlar, media, kritik iqtisadi və sosial hadisələr və populyar mədəniyyətdən və s.) təsirlənir.

XX əsrin gərgin müharibələri, ağır psixo-sosioloji şəraiti nəticəsində nəsillər ictimai-tarixi hadisələrə uyğun adlandırılmışdır. Nəsillərin təsnifatı ilə bağlı ədəbiyyatda müxtəlif tarixlər olsa da, bu araşdırmada ən çox yayılmış təsnifat nəzərə alınıb.

Cədvəl 1.1. Nəsillərin təsnifatları

Nəsillərin adları	
ənənəçilər	1922-1945
Baby Boom	1946-1964
X nəsli	1965-1980
Y nəsli	1981-2000
Z nəsli	2001-2020

Bu təsnifat mövzu ilə bağlı aparılan ən əhatli materiallarda verilir. Demək olar ki, bütün dünya ölkələrinə ağır depressiya yaşadan dövrləri əhatə edən və II Dünya Müharibəsində iştirak etmiş veteranların daxil olduğu ənənəçi nəsil ən yaşlı nəsli təşkil edir və bu nəsildə insanların əksəriyyəti indi təqaüddədir. Səssiz nəsil kimi yetkinləşən, ən yaşlı nəsil kimi də tanınan bu nəsil 1945-ci ildən əvvəl doğulmuş şəxsləri əhatə etsə də, bəzi mənbələrdə ilk doğum ili 1922-ci il kimi nəzərə çatdırılır. Repressiya illəri və İkinci Dünya Müharibəsi “Ən Böyük Nəsil”in mentalitetini formalaşdıran kritik hadisələrdir. Bu nəslin işçiləri sadıq işçilər kimi xarakterizə olunur, yüksək öhdəliklər götürür, riskdən çəkinir, komanda işinə və əməkdaşlığa güclü sadıqdır. Bununla belə, bu nəsildəki işçilər formallığa, əmr və hörmət zəncirinə əhəmiyyət verən insanlardır. Hörmət də onlar üçün vacibdir, belə ki, Randstad tərəfindən 2001-ci ildə aparılan bir araşdırma göstərir ki, hörmət ənənəçilərin ən böyük psixoloji ehtiyacıdır. Təbii ki, onların ehtiyacları və fəaliyyəti də fərqli yönümdə və fərqli aspektdədir.

İkinci qrup hesab olunan Baby boomers 1946-1964-cü illər arasında doğulmuş insanları əhatə edir ki, bu da İkinci Dünya Müharibəsi zamanı doğum nisbətlərinin artması kimi bir fərqləndirici xüsusiyyətə malikdir. Bu 19 illik dövr ərzində ABŞ-da 75,8 milyon körpə doğuldu və 1964-cü ildə bu böyük reproduktiv dövrünün sonunda nəsil ABŞ əhalisinin 40 faizini təşkil edirdi. Bu nəsil, əvvəlki siyahıyaalma rəqəmlərinə nisbətən o dövrdə doğulan on yeddi milyon əlavə körpəyə görə Baby Boomer olaraq adlandırılır və Amerika tarixində ən böyük nəsli təşkil edir. Ölçüsünə və sərf etdikləri vaxta görə bu şəxslər Amerika və dünya cəmiyyətlərinə dərin təsir göstərmişlər. Böyüdükcə qarşılaşdıqları hadisələrdən bəziləri Rock and Roll, kosmos yarışı və qadınların azadlığı idi. Bu hadisələrin təsiri onların şəxsiyyətlərini qətiyyətli, idealist və optimist kimi formalaşdırmışdır. Bu nəslin fəaliyyətində də kifayət qədər özünəməxsusluqlar vardır. Baby Boomer nəsli ictimai həyatın müxtəlif aspektlərinə, o cümlədən siyasət, mədəniyyət, iqtisadiyyat və sosial normalara əhəmiyyətli təsir göstərmişdir. Bu nəsil vətəndaş hüquqları, sülh hərəkatı və Vyetnam müharibəsinə etirazlar kimi mühüm sosial və siyasi keçidlərin şahidi olub. Baby Boomers fərdi kompüterlər və mobil cihazlar kimi texnologiyanın inkişafına da böyük təsir göstərmişdir.

Baby Boomerlər öz işlərində sabit karyeralara sahib olurlar, uzun müddət eyni işdə qalmağa meyllidirlər və prestijli vəzifələrə can atırlar. Bu nəsil ailə dəyərlərinə və həyat tərzinə dair daha ənənəvi baxışları ilə də seçilir, baxmayaraq ki, onlar fərdiyyətçilik və özünü həyata keçirməyə meyl göstərirlər.

Baby Boomers də biznes mədəniyyətinə əhəmiyyətli təsir göstərmişdir. Onlar “iş-həyat balansı” konsepsiyasından fəal şəkildə istifadə edən və korporativ sosial məsuliyyət prinsiplərini həyata

keçirən ilk nəsil olublar. Üstəlik, bir çox Baby Boomers böyük şirkətlərdə rəhbər vəzifələr tutdu və bu, onlara biznes strategiyalarına və mədəniyyətinə əhəmiyyətli təsir göstərməyə imkan verdi. Bununla belə, Baby Boomers hazırda təqaüdə çıxır və işçi qüvvəsini tərk edir və onların yerini X, Y və Z nəsilləri tutur.

Cədvəl 1.2. Baby Boomer İllərində Doğum Faizlərinin Artması və Azalması

İllər	Doğulanların sayı
1940-1946	2.559.000
1946	3.311.000
1955	4.097.000
1957	4.300.000
1964	4.027.000
1974	3.160.000

Mənbə: (Bannon, 2001).

Boomer-Xer Gap-ın həmmüəllifi Connie Fuller, "Bu nəsili dolanışq üçün işləyən insanlardır" dedi. Təxminən 80 milyon həmyaşdı ilə böyümək bu nəslə yüksək rəqabət qabiliyyətli nəsil etdi. Ənənəçilər kimi bu nəslin də məşhur nümayəndələri də var. Fəaliyyət məsələlərində isə bu nəslin daha yüksək əməkqabiliyyətli olduğunu xüsusi vurğulamaq mümkündür. Onlar əmr və hörmət zəncirinə əhəmiyyət verirdilər. Baby boomer nəslə sanki hər hansı bir uğur üçün qurban ödənilməli olduğuna inanırdı və bu qurban onlara həm maddi, həm mənəvi uğuru gətirdi (Bannon, 2001).

Baby bum nəslindən olanlar üz-üzə ünsiyyətə böyük əhəmiyyət verirdilər və ola bilsin ki, valideynlərin ağır oriyentasiyası və formalaşma illərində yaşaması nəticəsində ətraflı təlimatlar verildikdə özlərini daha rahat hiss edə və hər şeyi düzgün edə bildilər. Bu nəslin fərdləri həmkarlarının və menecerlərinin onların təcrübələrini və gündəlik söylərini qiymətləndirmələrini

istəyirlər. Bununla belə, bu nəslin fərdləri nəticələrə meydan oxuya və töhfə verə biləcəkləri bir mühit istəyirlər.

Həmçinin, İnformasiya texnologiyalarının Y nəslinin psixologiyasındakı yeri ilə bağlı araşdırmaların şərhə aşağıda verilmişdir. Y nəsli informasiya texnologiyalarından geniş istifadə edir. Mobil cihazlar, sosial media və digər rəqəmsal platformalar bu nəslin gündəlik həyatında mühüm yer tutur. Həmçinin, informasiya texnologiyaları Y nəslinin diqqət və konsentrasiya bacarıqlarına mənfi təsir göstərir. İnformasiya texnologiyaları Y nəslinin özünə inamını və özünü ifadə etmə bacarıqlarını artırmaqdadır. Sosial media və digər rəqəmsal platformalar fərdlərə öz düşüncələrini və hisslərini ifadə etmək, özlərini tanıtmaq və yaradıcı məzmun yaratmaq imkanı verir.

Y nəslinin nümayəndələri hesab edir ki, informasiya texnologiyaları məlumatı asanlıqla əldə etməyə və öyrənmə bacarıqlarını təkmilləşdirməyə imkan verir. İnternet araşdırmaları, onlayn təhsil resursları və digər rəqəmsal alətlər bu nəslin böyüməsinə, yeni biliklər əldə etməsinə və bacarıqların inkişafına kömək edir.

Ümumiyyətlə hansı nəslin nümayəndəsi olmasından asılı olmayaraq daimi bağlılıq, sosial mediada gözlənilən və intensiv məlumat axını stress və emosional tükənmə ilə əlaqələndirilə bilər.

Bütün bunlardan da belə qənaətə gəlmək olar ki, Y nəslinin şəxsiyyətinin formalaşmasında informasiya texnologiyaları mühüm rol oynayır. Belə ki, əksəriyyət qeyd edib ki, sosial media platformaları, rəqəmsal icmalar və onlayn qarşılıqlı əlaqələr fərdlərə özlərini ifadə etməyə, həmfikir insanlarla əlaqə saxlamağa və müxtəlif qruplarla eyniləşdirməyə imkan verir. (Kuyucu, 2017)

Amerikadakı Vyetnam müharibəsi siyasəti bir çoxlarının öz dincliyini daha böyük bir məqsəd üçün qurban vermələrinə səbəb oldu. Baby boom nəslinin fərdləri bu mübarizədə bərabərlikçi və sülhsevər bir cəmiyyət yaratmaq kimi ümumi məqsədi paylaşdılar. Lakin nəsil eqoist, özünü məmnun etməyə üstünlük verən, sosial institutlara və nüfuzə hörmət etməyən kimi xarakterizə olunur. Bundan əlavə, bu nəslin işçiləri üçün əsas motivasiya mənbəyi pul, ofisə sahib olmaq, ehtiyaclarını və öz arzu-istəklərini həyata keçirməkdir.

XX əsrin ikinci yarısı həm siyasi mühit, həm də texnoloji yeniliklər baxımından çətin idi. Nəsil termini bioloji və ya tibbi baxımdan deyil, sosial baxımdan daha da irəli getmişdir. Növbəti üç nəsil (X,Y,Z) siyasi, sosial və texnoloji dəyişikliklərə təbii cavabdır. Yəni məzh texnoloji partlayışdan bu nəsillərin və onların xarakterik xüsusiyyətlərinin meydana gəlməsi zərurətə çevirilir.

Baby boom nəsindən sonra doğulan X nəsli Qərb mədəniyyətində demoqrafik, sosial, mədəni sosial qrup müəyyən edir və 1960-1970-ci illərdə doğulmuş insanları əhatə edir. Termini

1964-cü ildə gənclərlə bir sıra müsahibələr aparan amerikalı və ingilis tədqiqatçıları Çarlz Hamblett və Ceyn Deverson irəli sürmüşdür. (Sladek və Grabinger, 2013)

Bu nəsil təbiətə əyləncəli, gülməli və pozitivdir. Bu nəsil baby boom nəslindən əhəmiyyətli dərəcədə azdır. Bu nəsil, xüsusən də daha kiçik bir ailə olmaq qərarı və doğuma nəzarət etməsi ilə seçilirdi. İşləyən anaların sayının artması ilə daha yüksək boşanma nisbətləri bir çox X nəslinin nümayəndələrinin təkbaşına və evdə cihazlarla böyüməsinə səbəb oldu. X nəslə ev kompüterinin başlanğıcını, video oyunların yüksəlişini və interneti sosial və kommersiya məqsədləri üçün bir vasitə kimi görərək yetkinləşdi. Onların həyatında artıq EHM daha da önəmli rol oynamağa başladı.

Bu nəslin işçiləri iş-həyat balansını qiymətləndirən skeptik və fərdi işçilərə meyillidirlər. Onların əksəriyyəti peşədə irəliləməkdənsə, əlavə məzuniyyətlə mükafatlandırılmağa üstünlük verir, əlavə iş saatları lazım olduqda gecikdirməyə üstünlük verirdilər. X nəslə fərdləri özünüinkışaf haqqında vacib məlumatları öyrənmək və istifadə etmək imkanlarını axtarırdılar. X nəsil fərdləri üçün ünsiyyət birbaşa və dərhal olmalıdır. (Sladek və Grabinger, 2013)

X nəslə üçün ən vacib dəyərlər sahibkarlıq və muxtariyyət, yeni bir şey öyrənmək qabiliyyətinə sahib olmaq hissədir. Onlar status-kvo iyerarxik münasibətlərə şübhə ilə yanaşırlar. X nəslə menecerləri, işçilərin öz istedadlarını inkişaf etdirə və karyeralarını formalaşdırma biləcəkləri cəlbəedici baxış və dəyərlər toplusu təklif edirlər. Bununla belə, onlar işçilərin şəxsi məsuliyyətini və fərdi təşəbbüsünü vurğulayırlar.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, bu nəslin nümayəndələri kokain, modifikasiya edilmiş narkotiklər və QİÇS epidemiyası kimi qorxulu hadisələrin fonunda böyüyərək fəaliyyət göstərməyə başladılar.

Elmi ədəbiyyatda Y nəslə ilə bağlı xüsusiyyətləri aşağıdakı kimi sadaladırlar;

- Özünə güvənən, güvənli nəsil,
- Tarixin ən savadlı nəslə,
- Daha açıq, tolerant fikirlə cəmiyyətə yol açan nəsil
- Könüllü
- Müstəqil
- Yaxşı təhsil almış
- Özünə güvənən
- Təşəbbüskar, novator
- İstedadlı
- Pozitiv
- İddialı

- Vətənpərvər
- Əməkdaşlıq etməyi bacaran
- Açıq fikirli
- Valideynlərinə hörmət edir
- Sivil
- Ünsiyyətçi
- Çox az investisiya ilə maraqlı işlər
- Yavaşlığı sevmir
- Enerjili
- Son dərəcə bilikli
- Məşhur olmaq istəyi və s.

Buradan göründüyü kimi, Y nəsli müstəqilliyə üstünlük verir, savadlı, özünə güvənən, optimist, iddialı, açıq fikirli, ünsiyyətçi və s. xüsusiyyətlərə malikdir.

Deməli, bu nəslin nümayəndələri eyni zamanda, müstəqildir. Valideynlərinin yüksək saylı boşanma nisbətləri və yaxud ikili gəlirli ailələrinin artması ilə onlar öz başlarına buraxılmış və özlərinə qayğı göstərməyi öyrənmişlər. Nəticədə, bir çoxları özünə güvənir və düşünür ki, "əlbəttə ki, mən özüm üçün mübarizə apara bilərəm fikri bu nəslin nümayəndələrinin spesifik xüsusiyyətidir. Onlar kifayət qədər texnologiyadan xəbərdardırlar. Texnologiya bu rəqəmsal nəslin məlumatı sürətli öyrənmə və emal etmə tərzini formalaşdırdı.

Bu nəslin nümayəndələrində bir təcillilik hissi də var. Onlar yaşlananda qalxmaq, təqaüt və pul vədlərinə aldanmaq istəmir. Onlar bu gün hansı dəyərə nail ola biləcəklərini, bu gün nəyi öyrənə biləcəklərini, bu gün onlara nə təklif ediləcəyini və bu gün necə mükafatlandırılacaqlarını bilmək istəyirlər (Sladek, Grabinger, 2013).

Z nəslinin yaş aralığı xeyli dəyişir. Qeyd etmək lazımdır ki, Z nəslinin arxasında Alfa nəsli kimi tanınan başqa bir nəsil - 2010-cu ildən sonra doğulan insanlar (Csobanka, 2016).

Z nəsli "İstant online" adlı tam texnologiya istifadəçilərinin nəslidir. Sözügedən nəsli həmçinin "I Nəsil", "İnternet Nəsil", "Növbəti Nəsil", "I Generation (1-ci Nəsil)" adlanır. Z nəsli sürətlə inkişaf edən texnologiya və internetə daimi çıxış imkanları ilə böyüyüb, ona görə də onlar rəqəmsal texnologiyaları tam mənimsəyiblər və digər nəsillərlə müqayisədə bu texnologiyada daha təcrübədirlər. Bu, Z nəslini internetsiz və dərhal məlumat əldə etmədən həyatı bilməyən ilk nəsli olmasına gətirib çıxardı. Onların dünyası sosial media və onlayn icmalar sayəsində daha bağlı və global olub. Onlar evlərini tərk etmədən müxtəlif ölkələrdən və mədəniyyətlərdən olan insanlarla sərbəst ünsiyyət qura bilən ilk nəsillər olublar (Sladek və Grabinger, 2013).

Z nəsli qloballaşma, liberallaşma və özəlləşdirmə dövründə böyüyüb. İqtisadi tənəzzülün çətinliklərinin şahidi olan və onların bir çoxu işsizliyin çətinliklərini yaşayan Z nəsli tamamilə rəqəmsaldır. Bu nəslin nümayəndələri həmişə internetə bağlıdırlar, demək olar ki, internet dünyasında yaşayırlar. Buna görə də, bu nəslin nümayəndələrinin ünsiyyət və sosial qarşılıqlı əlaqə vərdişləri də rəqəmsallaşmışdır. Başqa sözlə desək, bu nəslin fərdləri əlaqələr qurmaq və davam etdirmək üçün sosial şəbəkələrdən böyük ölçüdə istifadə edirlər. Günlük ünsiyyətinin böyük hissəsini məhz rəqəmsal formada həyata keçirirlər.

Sosial şəbəkələr müxtəlif şeyləri «sevməyə», reallığı şərh etməyə, aldıqlarını və istifadə etdiklərini qiymətləndirməyə və s. Onlar əks əlaqə verirlər, lakin eyni zamanda əks əlaqə gözləyirlər və kommunikasiya prosesini iki istiqamətli kimi qəbul edirlər. Bu konkret nəticənin daha bir vacib cəhəti var. Geri dönüş gözləmək bu nəsil üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Gənclərin iki mühüm xüsusiyyəti ondadır ki, onlar çox şey öyrənməlidirlər (təcrübə olmaması nəticəsində) və səhv edirlər. Əks rabitə üçün açıqlıq hər bir inkişaf prosesinin ən vacib elementidir. Lakin sonrakı tədqiqatlar üçün maraqlı potensial istiqamət var:

Z nəsli əks əlaqəni necə başa düşür? İnkişaf sahələri üçün açıq və konstruktiv olublar?

Amma tənqidi məlumat?

Z nəsli əvvəlki nəsillərdən fərqləndirən amillərdən biri də dəyişən ailə anlayışıdır. X və Y nəsilləri qadınların təhsil və peşəkarlıq baxımından yüksəltdiyi yeni karyera erasında doğuldu. Bununla belə, Z nəsli ataların evdə hər baxımdan ailəyə kömək etdiyi yeni bir ailə dövründə doğuldular.

Bundan əlavə, bu nəsildən olan şəxslər ən gənc nəsil olsalar da, onların valideynləri daha yaşlıdırlar (birinci uşaq dünyaya gələndə ananın orta yaşı 31-dir) və onlar nisbətən yaşlı müəllimlərdən təlimat alırlar (müəllimin orta yaşı 42-dir. Lakin , əvvəlki nəsillərdən daha gəncdirlər).Erkən təhsil almağa və daha sürətli böyüməyə başlamışlar.Bundan əlavə, çox gənc yaşda marketinqlə tanış olmuşlar, Təcrübədən xəbərdar və texnoloji savadlı olan bu nəsil çox vəzifəli, sakit bir şəkildə bir vəzifədən digərinə keçir və onlar sürəti səhv etməkdən daha çox qiymətləndirirlər.

Bu nəslin fərdləri əvvəlki nəsillərə nisbətən daha müstəqil, daha ağıllı və müxtəlifliyə daha dözümlüdürlər. Onlar məlumatları əvvəlki nəsillərə nisbətən daha sürətli şərh edirlər. Bu nəslin problemi ondadır ki, onların məşğul olmaq üçün çoxlu məlumatı var. Onlar yaradıcılığı araşdırmaq üçün azadlıq istəyirlər, lakin azadlığın necə idarə olunacağını bilmirlər. Onlar iş yerindən kənarında bir həyat yaşamaq üçün işdə rahatlıq istəyirlər. Onların iş qabiliyyəti yüksəkdir. Z nəsli texnologiya yönümlüdür. Onlar e-poçt göndərə, mesaj göndərə və kompüterlərdən rahat istifadə edə bilirlər. Xarici dünya ilə ünsiyyət qurmaq üçün şəbəkə saytlarından istifadə edirlər. Onlar

sürətlə hərəkət edir və digər nəsillərə nisbətən daha az müddətdə daha çox məhsul verə bilirlər. Əvvəlki nəsillərdən fərqli hərəkət edən, düşünən və işləyən Z nəslinin fərdlərinin texnologiyadan xəbərdar olduğu bilinir. Lakin bütün bunlardan əlavə, bu nəslin fərdləri silahlı məktəb basqınları, pis iqlim şəraiti, müxtəlif dəyişikliklər, terror və böyük tənəzzül kimi böhranlarla zəngin dövrdə doğulub və formalaşmış. Məhz bu qaranlıq hadisələr, şübhəsiz ki, bu nəsli daha ehtiyatlı və pragmatik edib. Eyni zamanda onları dünyanı dəyişməyə ruhlandırır. Onlar dünyanı dəyişmək, sosial məsuliyyətli olmaq və işlərinin vacib olduğunu bilmək istəyirlər. Bu nəsil həm də yenilikçi və əməkdaşlıq edən hesab olunur. Texniki bacarıqlarına görə çoxlu tapşırıqları yerinə yetirməkdə mahirdirlər. Onlar eyni zamanda mesaj yaza, oxuya, baxa, danışa və yeyə bilirlər. Buna görə konsentrasiya səviyyəsi çox aşağıdır.

2.2. İnternet və ünsiyyət texnologiyalarının müxtəlif nəsillərdə tətbiqi

Texnologiya dünyasındakı inkişaf yeni ünsiyyət modelləri ilə yanaşı, yeni həyat tərzinin də yaranmasına səbəb olub. Dünyanın istənilən yerində texnologiyanın inkişafı yeni məsələlərin həm müsbət, həm mənfi mənada meydana çıxmasına şərait yaradıb. Texnologiyanın sürətli inkişafı insanların həyat tərzinin də eyni sürətlə dəyişməsinə səbəb olur.

Eskişəhirin Odunpazarı və Təpəbaşı rayonlarında yaşayan və fərqli nəsilləri “davamlılıq” və “səriştə” ölçüləri baxımından təmsil edən şəxslərin sosial mediadan istifadə səviyyələri və seçimləri ilə məşğul olan bir araşdırma aparılmışdır. Tədqiqatda skan etmə modelindən istifadə edilmişdir. Tarama modeli, bir çox elementdən ibarət bir sorğuda kainat haqqında ümumi fikrə gəlmək üçün bütün kainat və ya ondan alınacaq bir qrup üzərində edilən skan kodlaşdırmasıdır. Araşdırmanın tədqiqat qrupu şəhər mərkəzində yaşayan 877 nəfərdən ibarətdir. Tədqiqatın məlumatları Deniz və Tutgun-Ünal (2019) tərəfindən hazırlanmış “Sosial Media İstifadə Ölçüsü”ndən istifadə etməklə onlayn şəkildə toplanıb. Araşdırmada əldə edilən nəticələr belədir: Nəsillər sosial media şəbəkələrinə daxil olmaq üçün əsasən smartfonlardan istifadə edirlər. Baby Boomer və X nəsli ən çox Facebook-dan istifadə etməyə üstünlük verdiyi halda, Y və Z nəsilləri Instagram-dan ən çox istifadə edir. Baby Boomer, Y və Z nəsilləri sosial mediada daha çox video və musiqi məzmununu, X nəsli isə ən çox xəbər məzmununu bəyənir. Nəsillər davamlılıq və bacarıq baxımından sosial mediadan orta dərəcədə istifadə edir. Y və Z nəsilləri Baby Boomer və X nəsilləri ilə müqayisədə sosial media istifadəsində davamlılığı qoruyur və bu mövzuda özlərini daha bacarıqlı hesab edirlər. Z nəsli qadınları eyni nəsildəki kişilərlə müqayisədə sosial media istifadəsində davamlılığı təmin edən cinsi təmsil edir. (Alptekin, Türkmen və Arslantaş, 2021)

Yeni texnologiyalar cəmiyyətə və xüsusən də hər bir insanın həyatına böyük təsir göstərir. Onlar vərdişlərimizi, davranışlarımızı, münasibətlərimizi və hətta dəyərlərimizi dəyişirlər. Bəzi insanlar bu dəyişiklikləri həvəs və sevinclə, digərləri isə qorxu və narahatlıqla qəbul edirlər.

Bununla belə, texnologiyanın inkişafını dayandırmaq mümkün deyil. Üstəlik, onlar getdikcə həyatımıza daha çox inteqrasiya olunur və varlığımızın ayrılmaz hissəsinə çevrilirlər. Texnologiya bizə yeni imkanlar verir, üfüqlərimizi genişləndirir, həyat keyfiyyətini yaxşılaşdırır və bir çox problemlərin həllinə kömək edir. Bununla belə, onlar həmçinin cihazdan asılılıq, sağlamlığa ziyan, məxfiliyin pozulması və s. kimi yeni problemlər yaradırlar.

Buna görə də, texnologiyadan istifadə ilə real dünyada yaşamaq arasında balansın olması vacibdir. Biz yeni texnologiyalardan düzgün istifadə etməyi bacarmalıyıq, onların çatışmazlıqlarını gözdən qaçırmamalı və unutmamalıyıq ki, həyatımız təkcə ekranlar və qurğular deyil, həm də insanlar, təbiət və fiziki və emosional mühitimizdir.

Amerika Psixiatriya Assosiasiyası tərəfindən nəşr olunan DSM 5-də internet asılılığını təyin edərəkən nəzərə alınmalı olan xəbərdarlıq əlamətləri aşağıdakılardır (Amerika Psixologiya Assosiasiyası, 2013):

1. Daim internetlə məşğul olmaq, əvvəlki fəaliyyət haqqında düşünmək və ya növbəti epizod haqqında düşünmək,
2. Məmnun olmaq və bunun üçün artan zaman intervalları ilə internetdən istifadə etməyə davam etmək,
3. İnternetdən istifadəni dayandırmaq, kəsmək və ya nəzarət etmək üçün təkrarlanan, lakin uğursuz cəhdlər;
4. İnternetdən istifadəni dayandıрмаğa çalışarkən narahatlıq, əhval-ruhiyyə, depressiya və ya əsəbi hiss etmək,
5. Tələb olunandan artıq onlayn qalmaq,
6. İnternetdən istifadəyə görə uzaqlaşma və ailə münasibətlərinin pozulması, işini itirmək təhlükəsi, təhsil və karyera imkanlarını riskə atma problemləri ilə qarşılaşmaq,
7. İnternetdə çox vaxt keçirdiyini gizlətmək üçün ailəsinə, terapevtinə və yaxud ətrafındakı digər insanlara şəxslərə yalan danışmaq,
8. İnternetdən problemlərdən və ya ümitsizlikdən, günahdan çıxış yolu kimi istifadə etmək, narahatlıq və depressiya kimi disforik əhval-ruhiyyədən xilas olmaq üçün internetdən istifadə etmək,
9. İnternetdən istifadə səbəbindən özünü günahkar hiss etmək və özünü müdafiə etmək,
10. Sevinc və xoşbəxtlik hissləri üçün İnternetdən əsaslı fəaliyyət növü olaraq istifadə etmək (Amerika Psixiatr Assosiasiyası, 2013).

İnternet asılılığı dünyada global bir problemə çevrildiyi üçün həll edilməli olan çox mühüm problemdir. Əsas obyektı insan olan sosial xidmət sahələrinin müdaxilə və profilaktika sahəsinə daxil edilməli olan, daha çox yeniyetmələri əhatə edən bir problemdir. Bu baxımdan kiber problemlərə diqqət yetirən yeni sosial iş yanaşması inkişaf etdirilə bilər. Son dərəcə mürəkkəb və davamlı olaraq insan həyatına yayılan bu problem mikro, mezzo və makro səviyyələrdə və problemin bütün parametrlərini əhatə edən müdaxilə və profilaktik yanaşmalarla həll edilməlidir. Sosial işçilər internet asılılığı davranışı nümayiş etdirən yeniyetmələrlə işləyərkən, yeniyetmə ilə özü, ailəsi və həmyaşıdları ilə birlikdə “öz mühitindəki fərd” anlayışı ilə məşğul olmalıdırlar. Lakin bunları edərkən texnoloji səmərəliliyi və dövrün tələblərinə uyğun olaraq internetdən istifadə intensivliyini də nəzərdən qaçırmamaq lazımdır. Sosial işçi müştərisini yaxşı dinləməli, səbirli, empatiyalı, səmimi və təbii olmalı, şəxsi həyatına və məxfiliyinə son dərəcə hörmətli yanaşmalıdır. Eyni zamanda, müştərinin rifahını artırmaq üçün onu həllin bir hissəsinə çevirməli və dəyişiklik prosesini birlikdə planlaşdırmalıdırlar. (Aslan, 2019)

Rabitə texnologiyalarının dəyişməsi nəsillərin texnologiyadan istifadə tərzinə görə təsnifləşdirilməsinə səbəb olmuşdur. Birinci və ikinci dünya müharibələrinə qədər tarixi inkişafı paralel olaraq adlandırılan nəsillər də son illərdə texnologiyadan istifadə etdiklərinə görə təsnif edilir. Nəsillərin təsnifatının müxtəlif üsulları mövcuddur və onların bir çoxu texnoloji mühitdə və sosial şəraitdə baş verən dəyişikliklərə əsaslanır. Məsələn, Baby Boomer nəsli adətən İkinci Dünya Müharibəsindən sonrakı dövrlə əlaqələndirilir, bu zaman inkişaf etmiş ölkələrdə doğum nisbətində kəskin artım müşahidə olunur. X nəsli adətən 1960-cı illərin sonu - 1980-ci illərin əvvəlləri arasında doğulmuş insanlara, Y nəsli (və ya minilliklər) isə 1980-ci illərin ortaları ilə 1990-cı illərin sonu arasında doğulanlara aiddir (Alley, 2019).

İnternet texnologiyasının inkişafında ən mühüm addımları atan X nəsindən sonra ortaya çıxan Y nəsli, əvvəlki nəslin ortaya qoyduğu kommunikasiya texnologiyalarından ən çox istifadə edən nəsillərdən biri olmuşdur. Texnologiya Y nəslinin həyat tərzini yaxşılaşdırdı. Gənclik illərini pullu telefonlarla keçirən X nəsli ilə yanaşı, Y nəsli də mobil telefonları ilə daha rahat ünsiyyət qurma şansı əldə etdi.

Əvvəlki nəsillər ilk xəbərləri qəzetlərin ilk sayı olan Y Nəsindən alırdılar. Ağıllı telefonları ilə gündəmdən anında və tez xəbərdar oldular. Web 2.0 texnologiyasındakı inkişafın işığında internet texnologiyası ilə daha çox iç-içə yaşayan Y nəsli üçün texnologiya həyatlarının vazkeçilməz elementlərindən birinə çevrilib.

Məlumdur ki, yaxın keçmişdə internetə çıxış baxımından sosial mühitlər, yəni kafelər, restoranlar, hətta gözəllik mərkəzləri kimi məkanlar əsas mühitlər sırasındadır. Türk cəmiyyətinin mədəni və ictimai həyatı nəzərə alındıqda, kişilərin keçmişdə bu mühitlərə daha çox getdiyini və bu

səbəbdən də onların asılılıq səviyyəsinin qadınlardan daha yüksək ola biləcəyi düşünülür. Ağıllı telefonlarla internetə çıxış imkanlarının zamanla asanlaşması qadınların internet asılılığının ciddi şəkildə artmasına səbəb oldu. Ailədə də ünsiyyətin bir-birilə zaman keçirmənin nisbəti getdikcə aşağı düşdü. Bu da sosial əlaqələrin qırılmasına səbəb olan əsas amillərdən biri hesab olunur. (Dikmen, 2019)

Gələcək patron, menecer, müəllim və siyasi lider olmağa namizəd olan Y nəslinin üzvlərinin xüsusiyyətləri üçün texnologiya çox böyük sosial əhəmiyyət kəsb edir. Y nəslinin texnologiyadan istifadə yolu ilə bağlı, dünya elmində kifayət qədər çox araşdırma aparılıb və eyni zamanda istehlakçı olan Y nəsli nümayəndələrinin də kommunikasiya texnologiyalarından istifadə etməsi ilə bağlı qiymətləndirmə aparılıb.

Dünyada müəyyən zaman intervallarında baş verən iqtisadi və sosial hərəkatlərə nəsillər deyilir. Həm ətraf mühitin dəyişməsinə görə, həm xarakter, həm də tərbiyə baxımından nəsillər arasında fərqlər var (Alley, 2019).

Dünya tədqiqatları göstərir ki, bioloji mənada 20-25 ili əhatə etdiyi güman edilən nəsillər termini bu gün texnoloji yeniliklərin təsiri ilə uzun müddət hesab edilirsə də, uşaq doğurma yaşının irəli yaşlara uzanmasının təsiri ilə nəsillər bu gün bioloji deyil, sosioloji olaraq nəzərdən keçirilir. Həqiqətən də, bu gün nəsillər müəyyən bir müddət ərzində doğulmuş insanlar qrupu kimi ənənəvi tərifləri artıq tamamilə aktual deyil, çünki sosial və texnoloji dəyişikliklər insanların inkişafına və davranışlarına təsir göstərmişdir. Beləliklə, hazırda nəsillər tərifləri daha çox sosioloji xarakter daşıyır, doğum tarixinə görə deyil, bir qrup insanın ümumi sosial, iqtisadi və texnoloji xüsusiyyətlərinə əsaslanır.

Son illərdə İnternet və kommunikasiya texnologiyaları böyük sürətlə inkişaf edib və həyatımızın ayrılmaz hissəsinə çevrilib. Bu texnologiyaların istifadəsi də gələcək nəsillərə görə dəyişir.

İnternet və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə insanın hansı nəsillərə mənsub olmasından asılıdır. Məsələn, rəqəmsal əsrdə doğulub böyüyən Z nəsilləri ünsiyyət qurmaq və məlumat almaq üçün ani messengerlərdən və sosial şəbəkələrdən istifadə etməyə üstünlük verir. Onlar həmçinin öyrənmək və işləmək üçün onlayn resurslardan istifadə edirlər.

Y nəsilləri və ya minilliklər də rəqəmsal əsərə aiddir, lakin onlar artıq internet və rəqəmsal texnologiyaların inkişafının şahidi olublar. Onlar sosial media və messengerlərdən istifadə edirlər, eyni zamanda e-poçt və ya telefon zəngləri kimi daha ənənəvi ünsiyyət vasitələrindən istifadə edirlər.

Y nəsilləri 1980-ci illərin ortaları və 2000-ci illərin əvvəlləri arasında anadan olub və onlar artıq rəqəmsal əsrdə böyüyüblər. Onlar yeni texnologiyalara uyğunlaşmağı öyrəndilər və

həmyaşlıları və dostları ilə ünsiyyət qurmaq üçün ilk dəfə sosial şəbəkələrdən və anı messencerlərdən aktiv istifadə etməyə başlayan ilk “rəqəmsal yerlilər” oldular. Bununla belə, onlar işgüzar ünsiyyətdə daha etibarlı və rəsmi olan e-poçt və telefon zəngləri kimi daha ənənəvi ünsiyyət vasitələrindən istifadə etməyə davam edirlər (Bannon, 2001, s.7).

Əvvəlki nəsillər, məsələn, X nəsli və bumerlər İnternet və rəqəmsal texnologiyaların istifadəsinə daha az bağlı ola bilirlər, baxmayaraq ki, onların bir çoxu hələ də ünsiyyət və məlumat almaq üçün bu vasitələrdən istifadə edir. Bununla belə, onlar daha çox ənənəvi ünsiyyət vasitələrindən, məsələn, üz-üzə ünsiyyət və telefon danışqlarından istifadə etməyə meyllidirlər.

Məsələn, yaşlı nəsillər tez-tez İnternet və rabitə texnologiyalarını yalnız əsas funksiyaları üçün istifadə edirlər, gənc nəsillər isə bu texnologiyaları getdikcə inkişaf etmiş yollarla istifadə edirlər. Bundan əlavə, rəqəmsal immiqrantlar adlanan nəsillər sonradan onlara uyğunlaşdıqları üçün texnologiyadan istifadə etməkdə daha təmkinli ola bilirlər. İnternet istifadəsi və nəsillərarası rabitə texnologiyasındakı fərqlər də ictimai həyatda bir çox dəyişikliyə səbəb oldu. dekomunizasiya. Məsələn, sosial media kimi platformalar gənc nəsillər arasında dekomunizasiya ilə çox məşhur idi və bu platformalar vasitəsilə ünsiyyət, xəbər mübadiləsi və əyləncə kimi fəaliyyətlər həyata keçirilir. Eyni zamanda, biznesdə İnternet və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə artdı və uzaqdan işləmək kimi yeni iş modelləri ortaya çıxdı.

Bu fərqlər texnoloji şirkətlərin məhsul və xidmətlərini nəsillər boyu inkişaf etdirməsinə və satmasına ehtiyac yaradır. Məsələn, gənc nəsillər arasında populyar olan dekomunizasiya edilmiş sosial media platformaları yaşlı nəsillər arasında eyni diqqəti cəlb etmir. Beləliklə, texnoloji şirkətlər məhsul və xidmətlərini hədəf auditoriyası üçün optimallaşdırmaq və fərqli nəsillərə yönəlmiş fərqli strategiyalar tətbiq etmək üçün çalışırlar.

Texnologiyanın sosial təsirləri də vacib bir problemdir. Xüsusilə gənc nəsillərin texnologiya ilə daha geniş tanışlığı texnologiyanın sosial təsirlərini daha da əhəmiyyətli edir. Məsələn, texnologiyanın həddindən artıq istifadəsi sağlamlıq problemlərinə səbəb ola bilər və sosial media platformaları psixoloji problemlərin artmasına səbəb ola bilər.

Ümumi təriflə deyə bilərik ki, həddindən artıq və problemlə internet istifadəsi internetdən istifadəyə hədsiz istəyə, internetə qoşulmadan sərf olunan vaxtın dözülməz hala gəlməsinə, onun yoxluğunda həddindən artıq gərginliyin və aqressiv davranışların baş verməsinə, fərdin həyatında mütərəqqi pisləşmənin ortaya çıxmasına səbəb olur. İnternet istifadəsi ilə bağlı müxtəlif araşdırmalarda, internetdən patoloji səviyyədə istifadə edən şəxslərin digərlərindən daha tənha olduqları bildirilmişdir. İnternet asılılığı diaqnozu qoyulan şəxslərin sosial münasibətlərində azalma olduğu və şəxsiyyətlərarası münasibətlərdə problemlərin olduğu müəyyən edilmişdir.

İntensiv istifadə edən fərdlərin sosial mühitləri ilə daha az qarşılıqlı əlaqədə olduğu mühidə olunur və həmin şəxslər sosial mühitdən təcrid olunur. (Erdemir və Kutlu, 2018)

Buna görə texnologiyanın inkişafı və istifadəsi ilə bağlı daha çox araşdırma aparmaq və müxtəlif nəsillərin ehtiyaclarına uyğun texnologiyalar inkişaf etdirmək vacibdir. Texnologiyanın gələcək rolunu başa düşmək üçün Nəsillərarası İnternet və rəbətə texnologiyalarının istifadəsindəki fərqləri və texnologiyanın sosial təsirlərini aradan qaldırmaq lazımdır.

Tarix boyu nəsillər arasında münaqişələr yaranıb. XX əsrdə baş verən sürətli sosial dəyişikliklər nəsillər arasında bu ayrılığı daha da qabarıq göstərmiş, köhnə dəyər mühakimələrinin və həyat anlayışının dəyişdirilməsini zəruri etmişdir. Yaşlı nəsillər yeniliklərlə ayaqlaşmaqda çətinlik çəksələr də, sıx bağlarla öz ənənələrinə və keçmişlərinə sadıq qaldılar. Yeni nəsillər isə köhnə nəsillərlə müqayisədə innovasiyalara uyğunlaşmaqda və inkişafı mənimsəməkdə daha uyğun davranış nümayiş etdirirlər. Buradan çıxarılaacaq təbii nəticə budur ki, gənc nəsil və böyüklər arasında nəsil uçurumu və onun yaratdığı münaqişə mühiti mövcuddur (Bannon, 2001).

Qərbdə nəsillərin özünəməxsus xüsusiyyətlərini və dəyərlərini anlamaq və araşdırmaq sosial elm adamları üçün yeganə maraq sahəsi olmaqdan çıxıb. Son zamanlar iş dünyası da bu məsələ ilə yaxından maraqlanır. Hər bir nəslin əsas sosial dəyərləri və istehlak vərdişləri böyümək dövründə ətraf mühitin və onları əhatə edən dəyərlərin təsiri ilə formalaşır. Bir çox şirkətlər, korporasiyalar yeni məhsullar yaradarkən və marketinq mesajlarını təyin edərkən “Nəsil Marketinq” metodundan faydalanır və buna uyğun olaraq strategiyalarını yaradırlar.

Araşdırmalarda, sosioloqların fikrincə, nəsillər doğum illərinin intervalları və bu tarixlərin üst-üstə düşdüyü sosial, mədəni və ya texnoloji hadisələrlə fərqli xüsusiyyətlər nümayiş etdirirlər. Hər nəsil öz dövrünün izlərini daşıyır və içində olduğu dövrün xarakterik strukturundan təsirlənir.

X, Y və Z nəsilləri, Baby Boomers ilə günümüzə qədər uzanan görkəmli nəsillərdir. Bununla belə, Partlayış Kəmərinə əvvəl qalan nəsilləri aşağıdakı kimi sadalamaq olar.

- I Dünya müharibəsinə qədər olan nəsil
- Müharibə nəsli (1914-1918-ci nəsil)
- Ümid nəsli (1918-1929-cu nəsil)
- Depressiya Nəsli (1929-1939)
- Müharibə nəsli (1939-1945-ci illər arasında anadan olub)

Bu cür təsnifat, demək olar ki, bütün dünya ölkələrinin əhalisinə, onların sosial-psixoloji durumuna aid ola bilər.

Partlayış Nəsli ümumiyyətlə 1950-1965-ci illər arasında doğulmuş, 1950-ci illərdən sonra artan doğum nisbətləri nəticəsində ortaya çıxan, rifahın yüksək olduğu bir mühitdə böyüyən, fərdiliyi ön planda tutan bir nəsildir. Bu nəsil II Dünya Müharibəsindən sonra azalan əhalinin

sürətlə bərpasına verilən dəstəklə paralel olaraq sürətlə böyüdü. İlk körpələrdən 1946-cı ildə müharibədən sonrakı dünyaya qədər bu nəsil ABŞ iqtisadiyyatına böyük təsir göstərmişdir.

Hesablamalar göstərir ki, 1980-ci illərin ortalarından bu nəsil ABŞ-da qazanılan ümumi şəxsi gəlirin yarısını qazanıb. Bu nəsil çox mühüm texnoloji inkişaf yaşasa da, texnologiya və məlumat əldə etmək baxımından onlarla uşaqları arasında inanılmaz uçurum var. Bu vəziyyət onları sürətlə yeni texnologiyaları öyrənməyə məcbur etdi.

Partlayış nəslə əhəmiyyətli texnoloji irəliləyişlər yaşadı, lakin X, Y və Z nəsilləri ilə müqayisədə onların texnologiya və məlumatlara çıxışı məhdud idi. Bu nəsil televiziya xəbərlərinin, qəzetlərin əsas informasiya mənbəyi olduğu bir dövrdə yetişib. Onların mobil telefonlar, internet və sosial media kimi bu gün adi hesab etdiyimiz bir çox texnologiyaya da çıxışı yox idi.

Müasir uşaq və gənclər texnologiya və informasiyaya çıxışın həyatlarının ayrılmaz hissəsi olduğu bir dövrdə böyüyüblər. İndiki uşaqlar hələ körpəlikdən oyun oynamaq və videolara baxmaq üçün mobil cihazlardan və planşetlərdən istifadə edə bilirlər. Z nəslə üçün internetə və sosial mediaya çıxış təbii bir məsələdir və onlar tez-tez ünsiyyət qurmaq, məlumat almaq və işləmək üçün bu texnologiyalardan istifadə edirlər.

Bununla belə, partlayış nəslə müasir dünya ilə əlaqə saxlamaq üçün sürətlə yeni texnologiyalara müraciət edir. Onların bir çoxu yeniliklərdən xəbərdar olmaq və qohumları və dostları ilə əlaqə saxlamaq üçün kompüterləri, mobil cihazları və sosial medianı araşdırır. Bundan əlavə, son illərdə onlar alış-veriş, səfərlərin bronlaşdırılması və hesabların ödənilməsi üçün onlayn xidmətlərdən və mobil proqramlardan fəal şəkildə istifadə etməyə başlayıblar.

Partlayış kəməri bir çox cəhətdən əvvəlki səssiz nəsillə oxşarlıqlar göstərsə də, iki nəslin iş səbəblərinin fərqli olduğu qəbul edilirdi. Fədakar, işgüzar, tam itaətkar, biznesin maraqlarını öz maraqlarından üstün tutan bir nəsil olan Partlayış Nəsil düşündüyündən daha çox işləməyə meyilli idi.

X nəslə keçid nəslə idi. Bu dövrdə texnologiya çox sürətlə inkişaf etmişdir. Bu gün istifadə edilən texnoloji məhsulların əksəriyyəti bu nəslin nümayəndələri tərəfindən işlənilib hazırlansa da, texnologiyadan istifadədə onların özləri Y nəsindən xeyli geri qalırdı.

Çoxlu tapşırıqları yerinə yetirmək bacarığı (multitask), düzgün iş-həyat balansı, çevik iş saatları, tapşırıqların paylaşılması, müdiriyyətlə, rəhbər işçilərlə rahat münasibətdə olmaq, titullardan təsirlənməmək, güclü texniki və ünsiyyət bacarıqları

Nəsillərin təmsil etdiyi rollar cədvəl 2.1.-də göstərilmişdir:

Qırılma nöqtəsi	Oyanış dövrü	Oyanışdan sonrakı	Böhran dövrü

	1961-1980	1981-2000	2001-2020
Vacib hadisələr	Hərbi müdaxilə, siyasi döyüşlər, tələbə hərəkatları	Depolizasiya, idxal məhsulları	Dünyəvi böhran, enerji müharibələri, qlobal istilik
Orta yaş 41-60	Yetkin nəsil	Partlama nəsli	X nəsli fayda verən
Gənc yaş 21-40	Partlama nəsli	X nəsli müstəqil	Y nəsli qəhrəman
Uşaq 0-20	X nəsli bitdi	Y nəsli qorunub saxlanmış	Gələcək nəsil

Cədvəl 2.1-də görüldüyü kimi, nəsillərarası rollar müxtəlif dövrlərdə fərqli xüsusiyyətləri təmsil edir. Buna uyğun olaraq nəsil rolları qırılma nöqtəsi, oyanış, oyanışdan sonrakı və böhran dövrü kimi təsvir olunur.

1994-2003-cü il və sonrasında doğulanlardan ibarət olan bu nəsillər televizora baxmaqdan və radio dinləməkdən həzz alan, interneti bir texnologiya olaraq görməyən, Web 2-yə yönümlü, tətbiqə önəm verən və birdən çox şey edə bilən nəsillərdir.

Bir də M nəsli adlanan Minilliyin Nəsilləri də ara nəsil olaraq görülür. 1990-cı illərin ortalarında ortaya çıxan internetin bu nəsil üçün əhəmiyyətli bir inkişaf olduğu müəyyən edilmiş və bu nəslin internetdən əhəmiyyətli dərəcədə təsirləndiyi müəyyən edilmişdir. Onlar günümüzün ən yeni hədəf qrupu olduqları üçün təhsilləri və yaşadıkları sosial-iqtisadi dinamika böyük əhəmiyyət kəsb edir. Artıq son illərdə minilliyin təsiri azalmışdır və yaşadığımız əsr artıq yeni minillik deyil.

2.3. Z nəslinin psixologiyasında informasiya texnologiyalarının mövqeyi

Z nəsli qeyd etdiyimiz kimi "İstant online" adlı tam texnologiya istifadəçilərinin nəslidir. Sözügedən nəsillər həmçinin "I Nəsillər", "İnternet Nəsillər", "Növbəti Nəsillər", "I Generation (1-ci Nəsillər)" adlanırlar. Nəsillər nəzəriyyəsinin araşdırmaçılarından olan Strauss bu nəsli "Yeni Səssiz Nəsillər" olaraq adlandırır.

İnformasiya texnologiyaları Z nəslinin həyatında çox böyük rol oynayır və onun istifadəsi bu nəsillərin psixologiyasına ciddi təsir göstərir. Z nəsli gündəlik həyatlarının ayrılmaz hissəsinə çevrilən smartfonlar, kompüterlər, sosial şəbəkələr və digər ünsiyyət vasitələrinə çıxış imkanı ilə böyüdü.

Bu nəsillərin nümayəndələri daha çox müşahidələr aparır və daha çox praktiki işlər görürlər. Onlayn qaynaqlardan istifadə edərək məlumat əldə etmələri təsir edicidir, lakin məlumatlara çatdıqdan sonra həmin məlumatı tənqid etmək qabiliyyətinə malik deyillər və bu kontekstdə çatdıqları cavaba uyğun olaraq istədikləri cavaba çatmazlarsa, ciddi məyusluq yaşayırlar. Bu səbəbdən müvəffəqiyyətli tədris üçün diqqəti cəlb etmək və bacarıqları inkişaf etdirmək vacibdir. Onlar sosial media platformalarında çox vaxt keçirdikləri üçün "Yeni Səssiz Nəsillər" adlanırlar, lakin onlar əvvəlki nəsillərdən çox daha yaradıcıdırlar (Stillman and Jonah, 2019; Kuran, 2022).

İnformasiya texnologiyalarından istifadə Z nəsillərinə daha çox sosial əlaqədə olmağa, dostları və ailəsi ilə real vaxt rejimində ünsiyyət qurmağa, müxtəlif mənbələrdən xəbər və məlumat almağa, onlayn alış-veriş və xidmətlər sifariş etməyə imkan verir.

Bununla belə, bəzi araşdırmalar göstərir ki, sosial mediadan həddindən artıq istifadə nəsillər arasında tənhalıq, depressiya və narahatlıq hissələrinə səbəb ola bilər. Bundan əlavə, texnologiya asılılıq yarada bilər və diqqəti vacib işlərdən yayındıraraq konsentrasiyaya və işin keyfiyyətinə təsir edə bilər.

Polşada işlə əlaqələndirmə agentliyi olan «Grupa ATERIMA» ilə əməkdaşlıqla bir tədqiqat aparılmışdır. Bu tədqiqat 2017-ci ilin may-iyul ayları arasında həyata keçirilib. Tədqiqatda 1162 respondent iştirak edib. Onların əksəriyyəti (72 %) qadınlar idi. Respondentlərin yaş qrupu hələ də daha dəqiq təsvirə ehtiyac duyur. Ən geniş yaş parantezləri 1990-cı ildə və sonralar doğulan insanlar (Bu da nümunənin məqsədyönlü olduğunu nəzərdə tutur).

Bu qərarın iki səbəbi var. Birincisi odur ki, ən geniş tərif bizə yaşına görə bir neçə il təcrübəsi olan insanların xarakteristikalarını müşahidə etmək imkanı verir, buna görə də onların fikirləri onların təcrübəsinə də əsaslanıla bilər.

İkinci səbəb ondan ibarətdir ki, 1990-1995-ci illərdə anadan olmuş və 1995-ci ildən sonrakı nümayəndələr arasında cavabları müqayisə etmək və onların bir şəkildə fərqli olub olmadığını yoxlamaq olar. (Bielanska, 2016; Ensari, 2017; Düdek, 2017)

Bu araşdırmada iştirak edən respondentlərin fəallıq səviyyəsinə diqqət yetirmək və şərh etmək lazımdır - onlar həyatlarında fəal görünürlər. Böyük əksəriyyəti müxtəlif tədqiqat sahələrinin tələbələri (93%) təşkil edirdi: iqtisadiyyat (79%), humanitar elmlər (10%), texnologiya (7%), təbiət (1%). Eyni zamanda, peşəkar fəaliyyətə gəldikdə, respondentlərin ən böyük faizi işləyir (45%);

İkinci ən böyük iş yarımçıq iş günü (fiziki iş və ya gələcək peşə inkişafı ilə bağlı olmayan iş - 29%) və işsizlər 26% təşkil edir. Bu o deməkdir ki, respondentlərin 69% -i eyni vaxtda təhsil alır və işləyir. Qeyd etmək lazımdır ki, tədqiqatın nəticələri ümumiləşdirilməməlidir, çünki tədqiqat nümunəsinin strukturu reprezentativ deyil.

Yuxarıda göstərilən peşə fəaliyyətini təhlil edərkən görmək olar ki, Z nəslinin tədqiqat nümunəsinin ilk xarakteristikası onların gənc yaşlarına baxmayaraq artıq peşəkar fəal olmalarıdır. Bu onların həyat tərzinə və həyat qərarlarına təsir edir. Həmçinin, onları daha müstəqil və yetkin edir. Bu gələcək tədqiqatlar üçün maraqlı bir istiqamət hesab olunur.

Bu cür erkən peşə fəaliyyətinin real təsiri və təhsil və işin birləşdirilməsi - bu vəziyyətin onlar üçün, eləcə də onların işəgötürənləri üçün üstünlük və çatışmazlıqları nədir? Tədqiqatın ən vacib hissəsinə keçərkən izah etmək lazımdır ki, Z nəsli xarakterizə edən iddialar əsasən yuxarıda göstərilən ədəbiyyata əsaslanırdı. Respondentlərə sorğuda internetdən istifadələri haqqında suallar verilmişdir. Z nəsli nümayəndələrinin 72%-i bu sorğuda internet və mobil qurğulardan geniş istifadəsini qeyd etmişdir. Yaxşı görünür ki, gənclər internetdən istifadə edərək xüsusilə öz şəxsi həyat, karyera və təhsillərində inkişaf edirlər.

Z nəsli özünü çox təcrübəli olaraq qəbul edir. Bu tədqiqatda iştirak edən nümayəndələrin yarıdan çoxu (53%) tədbirlərini planlaşdırarkən təqvimlərdən istifadə etdiklərini və bir tədbirə diqqət yetirə biləcəklərini və bunu onların çox hissəsi (51%) başa çatdırana qədər davam etdirə biləcəklərini bildiriblər. Z nəslinin nümayəndələrinin 40% -nin iş axtarışı və onların işi ilə bağlı narahatlıq hiss etməsi onların uşaqlığının iqtisadi böhran zamanı xərclənməsi ilə əlaqədar ola bilər. Üstəlik, özündən böyük insanların (bəlkə də valideynlərin və ya digər ailə üzvlərinin) işlərini və hətta öz bizneslərini itirmələrini müşahidə edə bilirlər. Aparılan təhlilə əsasən peşəkar fəallığı olmayan respondentlər iş axtarışından daha çox narahat olurlar. Qeyd etmək lazımdır ki, Z nəslinin sürətli karyerasında prioriteti mifdir. Bu araşdırmada iştirak edənlərin yalnız 17% -i bu iddiaya razıdır və bu ən nadir seçilmiş şəxsdir. Respondentlərin demək olar ki, yarısı özəl və işgüzar həyatlarını ayırırlar (47%) və yalnız 31% dəyişiklikləri sevir - bu xüsusiyyətlər sürətli karyeranı çətinləşdirə bilər. Gənclərin həm real, həm də rəqəmsal dünyada yaşamaları artıq vurğulanıb. Facebook gənclər arasında ən geniş yayılmış sosial mediadır və adətən onların şəxsi həyatı haqqında məlumat mübadiləsi üçün istifadə olunur (məsələn, hobbisi, şəxsi fəaliyyət, boş vaxt).

Gənclərin öz şəxsi maraqlarına daha çox diqqət yetirməsi ehtimalı onların karyeralarına o qədər də diqqət yetirməmələrinə səbəb ola bilər. Bu istiqamət gələcək tədqiqatların maraqlı məqsədi hesab oluna bilər.(Sidorcuka və Chesnovicka, 2017)

Beləliklə, informasiya texnologiyaları Z nəslinin psixologiyasında mühüm rol oynayır, onlardan istifadə bu nəsil insanların psixi vəziyyətinə həm müsbət, həm də mənfi təsir göstərə bilər. Texnologiyadan istifadədə tarazlıq tapmaq və internetdə sərf olunan vaxta şüurlu şəkildə nəzarət etmək vacibdir (Bannon, 2001, s.7).

Özündən əvvəlki nəsillərlə bir çox xüsusiyyətlərinə görə eyni olmayan Z nəsli qloballaşma, liberallaşma və özəlləşdirmə dövründə böyüyüb. İqtisadi tənəzzülün çətinliklərinin şahidi olan və onların bir çoxu işsizliyin çətinliklərini yaşayan Z nəsli tamamilə sərbəst düşüncəli və sosialdırlar. Demək olar ki, həmişə internetə bağlıdırlar, internet dünyasında yaşayırlar. Buna görə də, bu nəslin nümayəndələrinin ünsiyyət və sosial qarşılıqlı əlaqə vərdişləri də texnolojiyə bağlandı və ya rəqəmsallaşdı. Başqa sözlə desək, bu nəslin fərdləri əlaqələr qurmaq və davam etdirmək üçün böyük ölçüdə sosial şəbəkələrə etibar edirlər.

Z nəslinin nümayəndələri bir çox məsələlərdə olduğu kimi, psixoloji məsələlərdə də özündən əvvəlki nəsillərin nümayəndələrindən xeyli fərqlənirlər. Adətən daha hazırlıqlıdırlar. Hazırcavab və soyuqqanlılığı ilə fərqlənirlər. Onlar məlumatları əvvəlki nəsillərə nisbətən daha sürətli şərh edirlər. Bu nəslin problemi ondadır ki, onların məşğul olmaq üçün çoxlu məlumatı var. Onlar yaradıcılığı və malik olduqları hazır məlumatların necə idarə olunacağını bilmirlər. Onlar iş yerindən kənarında bir həyat yaşamaq üçün işdə rahatlıq istəyirlər. Onların iş qabiliyyəti yüksəkdir. Z nəsli texnologiya yönümlüdür.

Onlar e-poçt göndərə, mesaj göndərə və kompüterlərdən rahat istifadə edə bilirlər. Xarici dünya ilə ünsiyyət qurmaq üçün sosial şəbəkələrdən, internet saytlarından istifadə edirlər. Onlar sürətlə hərəkət edir və digər nəsillərə nisbətən daha az müddətdə daha çox məlumat verə bilirlər. Əvvəlki nəsillərdən fərqli hərəkət edən, düşünən və işləyən Z nəslinin fərdlərinin texnologiyadan xəbərdar olması ən üstün xüsusiyyətlərindəndir.

Z nəsli müxtəlif mobil cihazlardan istifadə edir, onlar reallığı, ətraf mühiti və yaşadıkları mühiti şərh edir, Twitter, blog və internet forumları vasitəsilə fikirlərini və münasibətlərini nümayiş etdirir, həmçinin fotosəkilləri (Instagram, Pinterest, Snapchat) və filmləri (YouTube, Instagram, Snapchat) paylaşırlar. Facebook isə yuxarıda göstərilən bütün hərəkətlər üçün istifadə edilə bilər. Z nəsli nəinki Internet məzmunundan istifadə edir, həm də onu yaradır və ona nəzarət edir. (Hardi, 2011)

Psixoloji baxımdan bir az daha fərqli düşüncə ilə formalaşan Z nəsli nümayəndələri, şübhəsiz ki, nisbətən daha ehtiyatlı və pragmatikdirlər. Onlar bəzi hallarda hətta dünyanı

dəyişməyə qadir güc kimi fəaliyyət göstərirlər, sosial məsuliyyətli olmaq və işlərinin vacib olduğunu bilmək istəyirlər. Z nəsli əvvəlki nəsillərdən onunla fərqlənir ki, onlar cəmiyyətdə və ətraf mühitdə öz rollarını daha şüurlu bilirlər. Onlar daha çox sosial ədalətə yönəliblər və azlıqların hüquq və mənafelərinin, ətraf mühitin və ictimai rifahın qorunmasında getdikcə fəallaşırlar. Z nəsli təkcə şəxsi uğur və maddi rifah üçün deyil, həm də fəaliyyətlərinin dünyaya müsbət töhfə verməsi üçün çalışır. Onlar nəinki işlərinin vacib olduğunu bilirlər, həm də bunun global problemlərin həlli ilə əlaqəli olmasını istəyirlər (Сапа., Поколение, 2014).

Bu nəsil həm də yenilikçi və əməkdaşlıq edən hesab olunur. Texniki bacarıqlarına görə çoxlu tapşırıqları yerinə yetirməkdə mahirdirlər. Onlar eyni zamanda mesaj yaza, oxuya, baxa, danışa və yeyə bilirlər. Buna görə konsentrasiya səviyyəsi çox aşağıdır. Mürəkkəb riyazi və statistik məlumatları təhlil etmək və şərh etmək üçün yüksək səviyyəli proqram təminatından istifadə edirlər. Uzun müddət diqqətini cəmləyə bilmədiklərinə görə bu cür analizləri əl ilə etməkdən çəkinirlər. Bu səbəbdən gələcəkdə iş yerlərində qərar qəbuledici vəzifələrdə bacarıqlı insanları tapmaqda çətinlik çəkə bilirlər. Strateji mövqelər analitik düşünə bilən insanlar tələb edir, halbuki Z nəsli bu çevikliyin əleyhinədir.

Onlar ədalətə və öz çevrəsindəki insanların üzləşdiyi problemlərə çox əhəmiyyət verirlər və tez-tez məktəbdə, işdə və ya icmada hansısa formada müxtəlif fəaliyyət ilə məşğul olurlar. Bununla belə, bu nəslin fərdləri siyasətlə maraqlanır, demokratiya və hökuməti dünyanı yaxşılaşdırmaq üçün əsas vasitələr kimi görürlər. Sürət və sərbəstliyə uyğunlaşdırılmış refleksləri ilə güclənən bu gənclər müasir həyatın hər bir sahəsində müxtəlif dəyişikliklər etməyə başlayırlar.

Z nəslinin mükəmməl liderlik bacarıqlarına sahib olduğuna və unikal həyat təcrübələri, bacarıqları və dəyərləri ilə iş yerində dəyişiklik yaradacağına inanılır. Tez qərar qəbul etmə, çeviklik, çoxşaxəli iş və komanda işi kimi unikal bacarıqlara malikdirlər ki, bu da onları mükəmməl liderlər və menecerlər edir. Onlar həmçinin gələcəkdə daha çox əhəmiyyət kəsb edəcək sosial məsuliyyət, ətraf mühit problemləri və müxtəliflik və iş yerlərində inklüzivlik məsələlərinin əhəmiyyətini daha çox dərk edirlər. Bundan əlavə, Z nəsli iş-həyat balansını qiymətləndirir və onlar bu tarazlığa nail olmağa imkan verən iş axtarmağa meyillidirlər. Bu nəsil Z keyfiyyətləri onlara gələcəkdə iş dünyasında müsbət dəyişikliklər etməyə kömək edəcək.

Nəsillər nəzəriyyəsini araşdıran Sladek və Grabingerə görə həm Y, həm də Z nəsilləri texnologiya yönümlü olsalar da, tamamilə fərqli iki nəsildir. Hər iki nəsil həm şəxsi, həm də işlə bağlı problemlərə yanaşma tərzinə təsir edən iki fərqli valideynlik düşüncəsi ilə böyüdüldü. Bu fərqlər ondan ibarətdir ki, Y nəsli xəyalpərəstdir, Z nəsli realistdir. Y nəslinə müvəffəqiyyətli olmaq üçün vasitələr lazımdır. Z nəslinə uğurlu olmaq üçün bacarıqlar öyrədilir, onlar bacarığı ilə

uğur qazana bilirlər. Y nəsli qrup yönümlüdür, Z nəsli daha fərdiyyətçidir. Bununla belə, Z nəsli Y nəsindən daha çox təşəbbüskardır.

Bu fərqlərə baxmayaraq, Y və Z nəsilləri də bəzi ümumi cəhətləri bölüşürlər. Hər iki nəsil mənalı işi çox yüksək qiymətləndirir və şəxsi həyat və iş arasında tarazlıq yaratmağa çalışır. Onlar həmçinin müxtəliflik məsələlərinə, o cümlədən irqi, gender və mədəni müxtəlifliyə böyük diqqət yetirirlər və işəgötürənlərindən bu sahələrdə yüksək standartlara riayət etmələrini gözləyirlər.

Ümumiyyətlə, Y və Z nəsillərinin xüsusiyyətlərini anlamaq işəgötürənlərə işçilərinin ehtiyaclarını və gözləntilərini daha yaxşı anlamağa və onların ehtiyaclarına ən uyğun iş mühiti yaratmağa kömək edə bilər.

Z nəslinin xüsusiyyətləri

- Maddi cəhətdən şüurlu davranmaq
- Qlobal fikirli
- Təcrübənin olmaması
- Texnoloji fərasət
- Fövqəladə yaradıcı
- Təcrübə edin
- Realist
- Vizual öyrənmə
- Liderlik bacarığı
- Çevik
- Müxtəlif mədəniyyətlərə hörmət edir
- Açıq fikirli
- Tez hərəkət edən
- Daha çox istehsal edən
- Sosial şəbəkələrə önəm verən
- Müstəqil
- Zəhmətkeş
- Fərdiyyətçi
- Əyləncəli
- Araşdırma etməyi bacaran
- Dürüst
- Yenilikçiyi sevən
- Dəyişməyə tez və asanlıqla uyğunlaşa bilər.

- Yüksək informasiya savadına malikdir və məlumatı tez və səmərəli şəkildə axtarıb emal etməyi bacarır.

- Tez öyrənir və yeni texnologiya və alətlərə tez uyğunlaşa bilir.

- Çox ünsiyyətçi və əla komandada işləmək bacarığı var.

- Başqalarının ehtiyaclarına hörmət edərək və anlayarkən şəxsi məkana və azadlığa dəyər verir.

- Sosial və ekoloji cəhətdən yüksək məlumatlı və mürəkkəb qlobal problemlərin həlli istiqamətində işləməyə hazır olan.

- Müxtəlifliyə dəyər verir və müxtəlif mədəniyyətlərdən və millətlərdən olan insanlarla işləməyə hazır olan.

Z nəsli əvvəlki nəsillərlə müqayisədə çox fərqli bir mühitə malikdir. Müəlliflərin fikrincə, Z nəsli fərdləri yaxşı işçilərdir, lakin müəssisələr Z nəslinin fərdlərini başa düşmürlərsə, onları işə götürmək və idarə etməkdə çətinlik çəkə bilərlər. Buna görə də, müəssisələr bu nəslin fərdlərinin necə işlədiyini və necə uyğunlaşdıqlarını öyrənməlidirlər.

Z nəsli çalışdığı yerdə şirkətlər aktiv olmalıdır. Yeniyetmələrin Facebook və Twitter kimi ənənəvi sosial media saytlarından uzaqlaşdığına dair şayiələrə baxmayaraq, araşdırmalar bunun əksini göstərib. JWT Intelligence-in məlumatına görə, 8-17 yaşlı uşaqların 65%-nin Facebook, 26%-nin isə Twitter profili var. Bundan başqa, Z fərdlərinə, eləcə də Instagram, SnapChat və YouTube kimi gənc istifadəçi sıxlığı olan şəbəkələrə müraciət edirlər. Z nəsli sosial media və onların fərdiliyini, yaradıcılığını və sosial əlaqəsini ifadə etməyə imkan verən proqramlardan istifadə etməyə üstünlük verir. Z nəslinin maraqları musiqi, filmlər, idman və sair daxil olmaqla mədəniyyət və əyləncə sahələrini əhatə edir və onlar tez-tez xəbərləri izləmək və bu mövzularda dostları ilə əlaqə saxlamaq üçün sosial mediadan istifadə edirlər. Bundan əlavə, onlar tez-tez YouTube-dan məlumat və əyləncə mənbəyi kimi istifadə edirlər və şərhlər, bəyənmələr və kanal abunələri vasitəsilə digər istifadəçilərlə ünsiyyət qururlar.

Z nəslinin nümayəndələrinə söz vermək lazımdır. Z nəsli gözləyir və eşidilmək istəyir. Onlar böyüklərlə görüşə biləcəkləri, rahat danışa biləcəkləri, səslənəcəkləri, düşünəcəkləri və fərq yaratmağa kömək edə biləcəkləri bir yer istəyirlər. Z nəslini dinləyən və onlara həqiqətən layihələrə töhfə verməyə imkan verən şirkətlər bu nəsildən böyük sədaqət və hörmət qazanacaqlar.

Bu nəslin nümayəndələri qarşısında öhdəlik qoyun. Z nəsli dünyanı, şirkətləri dəyişdirmək üçün motivasiya və qabiliyyətə malikdir.

Mobil cihazlarla, texnoloji cihazlarla Z nəsli işçilərinə müraciət etmək lazımdır. Onlarla çalışmaq istəyən şirkətlər ənənəvi marketinqdən kənara çıxmalı və mobil marketinqə diqqət yetirməlidirlər - ənənəvi marketinq Z nəsli nümayəndələrinə çatmır. SMS və push bildirişləri,

sosial media və mobil proqramlar kimi mobil marketinq Z nəsli müştərilərini cəlb etmək və saxlamaq üçün ən təsirli vasitə ola bilər. Şirkətlər həmçinin nəzərə almalıdırlar ki, Gen Z muxtariyyət və şəxsi azadlıq kimi unikal ehtiyac və gözləntilərə malikdir. seçimdir, buna görə də bu ehtiyaclara cavab verən və fərdiləşdirilmiş, fərdiləşdirilmiş qarşılıqlı əlaqələr yaradan marketinq strategiyalarının hazırlanması vacibdir (Cana,2014).

Çevik planlaşdırma təklif edilməsi bu nəslin nümayəndələrini önə aparmaq deməkdir. Onlar işləmək üçün yaşanırlar. Sağlam iş-həyat balansı onlar üçün təkə gözlənti deyil, həm də zərurətdir. Şirkətlər üçün bu ehtiyacı ödəməyin ən asan yollarından biri işçilərin evdən işləməsinə icazə verməkdir. Onlar özlərinə uyğun gələndə işləmək və şəxsi işlərini idarə etmək azadlığını və çevikliyi qiymətləndirirlər. Evdən işləmək həm də onlara səyahət vaxtını azaltmağa və gündəlik gediş-gəlişlə bağlı stressi azaltmağa imkan verir. Çevik iş saatları və uzaqdan işləmək imkanı təklif edən şirkətlər istedadlı gənc işçiləri cəlb edə və saxlaya bilər.

İstədiyi zaman işləmək azadlığını istəyən Z nəsli, nə üçün çalışdıqlarını bilməlidir. Şiddətli rəqabət və sistemli təhsil Z nəslinin struktur istəməsinə səbəb oldu. “Sərbəst Mənzilli Uşaqlar: Uşaqlarımıza Narahat Olmadan Sahib Olduğumuz Azadlığı Vermək” kitabının müəllifi Lenore Skenazy, iş strukturun olmamasının Z nəsli qorxutduğunu paylaşdı. Onlar işləmək üçün bir məqsəd olduqda daha səmərəli işləyirlər.

Z nəslinin nümayəndələri üçün hər kəsin fikrinin nəzərə almaq maraqlı deyil və onlar hamının bərabər olduğunu öyrənərək böyüdülər. Z nəslinin əksəriyyəti valideynlərini ən yaxşı dostları kimi görür. Bir çox məktəblər şagirdlərini müəllimlərini öz adları ilə çağırmağa təşviq edirlər. Əslində, bu nəsli fərdləri Twitter vasitəsilə gündəlik olaraq polis və hökumət rəsmiləri ilə əlaqə saxlaya da bilərdi. Müəssisələr başa düşməlidirlər ki, bu laqeydlik itaətsizlik aktı deyil, əksinə onlar hər kəslə əməkdaşlıq etməyə və işləməyə hazırdırlar. (Cana,2014)

Bundan əlavə, Z nəsli çox savadlı və məlumatlıdır. Onlar yeni texnologiyalara tez uyğunlaşır və sürətlə dəyişən dünya ilə ayaqlaşır. Müəssisələr anlamalıdır ki, Gen Z təkə istehlakçılar deyil, həm də məzmun yaradıcılarıdır və bizneslər bunu marketinq strategiyalarında nəzərə almalıdırlar. Onlar şirkətlərin onlarla əlaqə yaratmaq üçün sosial media və digər rəqəmsal vasitələrdən istifadə etmələrini gözləyirlər və Z nəsli sürətlə bazara daxil olur, bizneslərini və layihələrini qurmaq üçün yeni texnologiyalardan istifadə edir.

Onlara dərhal nəticə verən oyunlar və oyuncaqlarla böyüyən bu nəsli daimi və dərhal rəy tələb edir. Bu mənfi keyfiyyət kimi görünə də, belə deyil. Onlar eqoist olduqları üçün deyil, işlərinin uğurunu qiymətləndirmək istədikləri üçün rəy axtarırlar.

Nəyin işlədiyini, nəyin yaramadığını və nəyi daha yaxşı etmək lazım olduğunu bilmək istəyirlər. Nəticələr daha mənalı olarsa, Z nəsli könüllü olaraq dəyişiklik axtarır.

Z nəsli fərdləri bütün həyatlarını əməkdaşlıq edərək keçirirlər. Ailə, dostlar və İnternetdə həmfikir olan şəxslər bütün fikirlərini formalaşdırır və köməyə ehtiyac duyduqları zaman onlayn icmalarına müraciət edirlər. İş yerində də eyni taktikaya arxalanacaqlar. Z nəsli işçilərini müəssisəsində əsas nöqtələrə yerləşdirən müəssisə rəhbərləri bu nəslin həqiqi potensialından faydalanacaqlar.

Digər önəmli məsələlərdən biri də bu nəslin nümayəndələrinin tədrisinə, təhsilinə sərmayə qoymaqdır. Z nəslinin təlim və təhsilinə sərmayə qoymaq bütövlükdə cəmiyyət üçün çox vacib məsələdir. Bu nəsil texnologiyanın getdikcə daha mühüm rol oynadığı, rəqəmsal savadlılıq və texniki fərasətlə əlaqəli bacarıqların əmək bazarında getdikcə daha çox tələb olunduğu bir dünyada böyüyür.

Buna görə də, Z nəslinin təhsilinə və təliminə sərmayə qoymaq onlara gələcək karyera və peşəkar uğura doğru uğurla addımlamağa kömək edə biləcək əsas amildir. Bu həm ənənəvi təhsil, həm də onlayn kurslar, mentorluq, təcrübə və digər təhsil formaları vasitəsilə öyrənmə ola bilər.

Bundan əlavə, Z nəslinin də işinin mənalı və sosial mənalı olmasını təmin etməyə çalışdığını nəzərə almaq lazımdır. Odur ki, sosial, humanitar elmlər, incəsənət və mədəniyyət sahələri ilə bağlı təhsil və təlimə sərmayə qoyuluşu həm də onların inkişafı və gələcəkdə uğur qazanması üçün mühüm amildir.

Bu nəslin hər şey üçün texnologiyaya etibar etmək təbii meylləri ilə mübarizə aparmaq üçün müştəri xidməti və şəxsiyyətlərarası münasibətlərdə daimi rəhbərliyə ehtiyacı olur. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, mühazirə tipli konfranslar, tədbirlər Z nəslini öyrətməyin ən yaxşı yolu deyil, bunun əvəzinə şirkətlər Z işçilərini mentorla birləşdirməlidir. Mentorluq iş yerində nəsil boşluqlarını aradan qaldırmağa kömək edir və həm mentor, həm də öyrənən bir-birindən ünsiyyətdə öyrənə bilər.

Sosial intellekt insanın sosial həyatının onurğa sütunudur. Bu, bir insanın digər insanlarla qarşılıqlı əlaqədə və münasibətlərdə xüsusi rol oynayarkən həyatının bütün sahələrində özünü göstərən əhəmiyyətli bir xüsusiyyətdir. Sosial intellekt sayəsində ayrı-ayrı qrup insanın sosial obyektlərini ünsiyyət və fəaliyyətdə tərəfdaş kimi göstərməyə yönəlmiş idrak prosesləri həyata keçirilir.

Sosial intellekt insanın şəxsiyyətlərarası münasibətləri anlamaq və idarə etmək qabiliyyətinə aiddir və IQ-dan (zehni intellekt) əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Sosial intellekt sayəsində biz digər insanların fikir və hisslərindən xəbərdar oluruq, onların müəyyən işləri niyə etdiklərini anlayırıq.

Apardığımız müşahidələr də bunu göstərir ki, sosial intellekt Z nəsindən olan insanlarda kifayət qədər yüksək səviyyədədir. Sosial intellekt insanın təkə dərk etməsi deyil, həm də məlumatları ötürməsidir.

Sosial intellekt fərdin sosial tələblərə uyğunlaşmasına və digər insanlarla qarşılıqlı əlaqədə olmasına kömək edən bir çox komponentləri ehtiva edir. Sosial intellektin əsas komponentləri empatiya, ünsiyyət, qərar qəbul etmə və stressi idarə etmə bacarıqları, əxlaqi və etik prinsipləri anlamaqdır. Bu bacarıqlara yiyələnmək insana başqaları ilə səmərəli ünsiyyət qurmağa, münaqişələri həll etməyə, digər insanların ehtiyaclarını başa düşməyə və dəyişən həyat şəraitinə uyğunlaşmağa imkan verir. Ona görə də sosial intellekt insanın sosiallaşmasının əsası sayıla bilər.

Sosial intellektli insanlar ünsiyyət qurmağa və başqalarını daha yaxşı başa düşməyə kömək edən xüsusi bacarıqlara malikdirlər. Sosial zəkanın bir sıra əlamətləri arasında aşağıdakıları qeyd etmək olar.

1. Effektiv dinləmə. Sosial intellektə malik insan sadəcə dinləmir, həqiqətən də bu prosesdə tam iştirak edir. Bu, görünməz bir əlaqə və etibar yaradır.

2. Ünsiyyət bacarıqları. Yüksək sosial intellektə malik insanlar demək olar ki, hər kəslə söhbət etmək ünsiyyətə girmək bacarığına malikdirlər.

3. Reputasiyanın idarə edilməsi. Sosial intellektli insanlar başqalarını heyran edir, lakin özlərini saxlayırlar. Belə insanlar digər insanlara necə təsir etdiklərinə diqqət yetirirlər. Reputasiyanı idarə etmək üçün bu cür insanlar digərinin əhəmiyyətini qoruyaraq, qəsdən təsir göstəririlər.

4. Münaqişəsiz. Yaxşı sosial intellektə malik insan başa düşür ki, öz nöqtəyi-nəzərini mübahisə etmək və ya sübut etmək, digərini məcbur etmək, bir insanın özünü narahat hiss etməsi ən yaxşı yol deyil. Başqalarının fikirlərini rədd etmirlər, əksinə, hər hansı bir fikir və ya rəylə razılaşmasalar belə, onları qərəzsiz dinləyirlər.(Morin, 2020)

Sosial intellekt sosial həyata inklüzivliyin uğurunun aparıcı komponenti rolunu oynayır. Sosial sferada və idarəetmədə mütəxəssisin formalaşması, müasir kommunikasiya sistemlərinin və qarşılıqlı əlaqələrin fəaliyyətinin təşkilatçısı və iştirakçısı rolunu oynayır.

Sosial intellektin inkişaf səviyyəsi, ümumi intellektin inkişaf səviyyəsindən daha çox iş üçün müraciət edərkən uyğunlaşmanın uğurunu müəyyən edir. Emosional zəka olaraq da bilinən sosial intellekt iş yerinə uyğunlaşmada mühüm uğur faktorudur. Həmkarları ilə effektiv ünsiyyət qurmaq, onların emosiyalarını başa düşmək və onlara cavab vermək bacarığı, iş yerində əlaqələr qurmaq və saxlamaq bacarığı əksər işlərdə uğur qazanmaq üçün vacib bacarıqlardır.

Bundan əlavə, sosial intellektə effektiv ünsiyyət qurmaq, fikir və ideyaları ifadə etmək, münaqişələri həll etmək və işdəki problemləri həll etmək bacarığı da daxildir. Bütün bu bacarıqlar iş yerində uğurlu uyğunlaşma və peşəkar məqsədlərə çatmaq üçün vacibdir.

Bununla belə, unutmamaq lazımdır ki, sosial intellektin inkişafı davamlı bir prosesdir və buna həyat boyu investisiya qoymaq vacibdir. Buna ünsiyyət və emosiyaların idarə edilməsi bacarıqlarını təkmilləşdirmək üçün təhsil və təlim, əməkdaşlıq və əlaqələrin tələb olunduğu qruplarda və layihələrdə iştirak, sosial intellekt haqqında kitab oxumaq və ya videolara baxmaq və onu işə tətbiq etmək kimi şəxsi inkişaf daxil ola bilər.

Sosial-intellektual komandada insanlar adətən asanlıqla optimal psixoloji iqlimin saxlanmasına töhfə verirlər və s. Bundan əlavə, hazırda uğur əldə etmək üçün artıq öz sahəyə peşəkar olmaq kifayət deyil, eyni zamanda insanlarla əlaqə yaratmaq və saxlamaq kimi qabiliyyətə də malik olmalıdırlar. Bu cür insanlar, məsələn Z nəslindən olanlar həm də öz ideyalarını cəmiyyətdə təbliğ edirlər. Məsələn, cəsarətli təkliflər irəli sürmək və mürəkkəb şeyləri sadə sözlərlə izah edə bilmək və s. kimi. Bu özünü həyata keçirən planda sosial intellekt mühüm elementə çevrilir.

Yüksək emosional intellektə malik insanlar sosial qaydalar haqqında biliklərə malikdirlər. Başqasının mövqeyinə necə girməyi, özünü onun yerinə qoymağı, onu başa düşməyi, insanların davranışlarını proqnozlaşdırmağı, insanların hissələrini, əhval-ruhiyyəsini və motivasiyasını tənqidi və düzgün qiymətləndirməyi bilirlər. Onlar başqalarına münasibətdə açıqlıq, sosial uyğunlaşma ilə xarakterizə olunur.

Sosial intellektin yuxarıdakı funksiyalarına əsaslanaraq belə nəticəyə gəlmək olar ki, sosial intellekt insan həyatının bir çox aspektləri üçün vacibdir. Sosial intellekt insanın yüksək səviyyəli fəaliyyət göstərməyinə imkan verir. İnsanlar bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəyə ehtiyacı olan sosial varlıqlardır. Odur ki, insan özünü və başqalarını dərk edərək, uğur qazanır, qarşılıqlı fayda əldə etmək üçün əməkdaşlıq yollarını tapa bilər.

Güclü liderlər yüksək səviyyəli sosial intellektə malik olurlar, çünki onlar həmkarları ilə effektiv ünsiyyət qurmağı, onları motivasiya etməyi və idarə etməyi bacarmalıdırlar. Yüksək sosial intellektə malik liderlər adətən həmkarlarını emosional dəstəkləmək, onların ehtiyaclarını və problemlərini başa düşmək, həmçinin kompromislər tapmaq və münaqişələri həll etmək qabiliyyətinə malikdirlər. Üstəlik, belə liderlər komandada səmərəli işləməyi və etimad, hörmət və qarşılıqlı anlaşma əsasında münasibətlər qurmağı bacarırlar. Bütün bunlar onlara səmərəli işçi qrupları yaratmağa və məqsədlərinə çatmağa imkan verir.

Sosial intellektin t dqi tarixində mxtlif m lliflr sosial intellektin  z strukturunu təklif etmiqlr. Nticə olaraq, tədqiqatın mxtlif mərhələlərində sosial intellektin mxtlif modelləri iqlnib hazırlanmıqdır.

Z nəsli ilə digər nəsillər, xüsusən y nəsli arasında ox arlıqlarla yanaşı bəzi fərqlərin də olduđu m zahid  edilir. Hər iki nəsil müstəqil, açıq fikirli, ađıllı, sürətli hərəkət edən, mxtlif mədəniyyətlərə açıq fikirli, maliyyə baxımından Ő urlu v  i birlik i olmasına baxmayaraq, hər iki nəsil texnologiya ilə b y m Ő nəsildir. Y və Z nəsli arasındakı oxşarlıq v  fərqlərin i  həyatında da  z n  göstərəcəyi d Ő n l r.

Bu araŐdırmanın əsas məqsədi Y və Z nəsillərinin mədəniyyət, menecer, ünsiyyət, qərar vermə, komanda i i, motivasiya v  inkiŐaf baxımından i  həyatından gözləntilərinin n  olduđunu müyyən etməkdir. Yəni araŐdırmada hazırda universitetdə təhsil alan və ya i  həyatına yeni qədəm qoyan həm Y nəslinin, həm də Z nəslinin i  həyatından gözləntilərinin nədən ibarət olduđunu müyyən etmək, onların gözləntilərini müqayisə etmək məqsədi daŐıyır. hər iki nəslin oxşar və fərqli cəhətlərini müyyən etmək və hər iki nəslin yüksək səviyyəsini müyyən etmək.Məqsəd gələcək nəsillərin idar cilərə gözləntilərinə işıq salmaqdır.  d biyyat araŐdırıldıđında Z nəslinin i  həyatından gözləntiləri ilə bađlı tək bir araŐdırma olsa da, Y və Z nəsillərinin i  həyatından gözləntilərini müqayisə edəcək və fərqləri müyyən edəcək bir araŐdırma yoxdur. Buna görə də bu araŐdırma. Türkiyədə hər iki nəslin gözləntilərini müyyən edən və müqayisə edən ilk oyundur. Tədqiqatın əhəmiyyəti də bundan irəli gəlir.

Sosial intellekti inkiŐaf etdirmək çox önəmlidir. İnsanlar sosial intellekti inkiŐaf etdirs l r, bu onun ətrafında olan digər insanlara da birbaŐa təsir edəcək. Qeyd etmək lazımdır ki, müyyən strategiyalar var ki, onlar insanın sosial bacarıqlarını inkiŐaf etdirməsinə xeyli dərəcədə kömək edə bilər. Burada qeyd edilən bir ne  taktika sosial intellektin inkiŐafına kömək edə bilər:

1.  trafınızdakı Őeyl r  diqqət yetirin. Sosial ziyalı insanlar m zahid ci olurlar v   trafındakıların incə sosial siqnallarına diqqət yetirirlər.

2. Əgər həyatınızda kiminsə güclü bacarıqlara sahib olduđunu d Ő n rs ns , onların digərləri ilə necə qarŐılıqlı əlaqədə olduqlarına nəzarət edin.

3. Emosional intellekti artırmaq   n  alıŐın. Emosional intellekt sosial zəkaya b nz s  də,  z emosiyalarınızı necə idarə etdiyinizə v  baŐqaları ilə necə empatiya qurduđunuza daha çox aid hesab olunur. Bu, emosiyaları hiss etdiyiniz zaman etiraf etməyi tələb edir ki, bu da bu duyđuları digərlərində tanıyıb düzgün t nziml m yiniz  kömək edir. Emosional cəhətdən yüksək z kalı bir insan sosial həyatda olduđu zaman mənfi hissələri, məyus v  q z bl ri tanıya v  nəzarət edə bilər.

4. Mədəni fərqlərə hörmət edin. Üstəlik, onları anlamaq   n mədəni fərqlər axtarın. İnsanların əksəriyyəti insanların bacarıqlarını ailələrindən, dostlarından v  ətraf c miyy tl rindən

öyrənsələr də, sosial intellektual insan başa düşür ki, digərlərinin tərbiyəsinə əsaslanan fərqli reaksiyalar və adətlər ola bilər.

5. Aktiv dinləmə praktikası edin. Sosial intellektinizi inkişaf etdirin, fəal tələb edən kommunikasiya bacarıqlarınız üzərində çalışın. Cavab verməzdən əvvəl başqa birinin dediklərini düşünün. Başqalarının dediklərinə qulaq asın, həqiqətən nə anlama gəldikləri barədə sizə məlumat verə bilər.

6. Həyatınızdakı mühüm insanlara dəyər verin. Sosial intellektual insanlar onlar üçün əhəmiyyətli olan insanlarla dərin münasibətlərə malikdirlər. Həyat yoldaşınızın və uşaqlarınızın, dostlarınızın, həmkarlarınızın, ailə üzvləriniz və digər həmkarlarınızın duyğularına diqqət yetirin. Əgər həyatınızdakı ən yaxın insanlara məhəl qoymursunuza, demək ki, onlarla necə əlaqə saxlamaq barədə siqnalları qaçırsınız. Bunun üzərində mütləq şəkildə çalışın. (Morin, 2020)

III FƏSİL

3.1. Eksperimentin təşkili və keçirilməsi

Tədqiqat üçün ilk öncə mövzuya uyğun şəkildə 20 suallıq anket sorğusu hazırlandı və keçirilməzdən öncə Xəzər Universitetinin Etik Komitəsinə təqdim olundu. Sorğu Etik Komitənin təsdiqindən sonra orta və ali məktəbdə keçirildi.

Bu sorğu əyani və onlayn şəkildə Z nəslinin nümayəndələri ilə həm orta məktəbdə, həm də ali məktəbdə anonim olaraq keçirildi. Sorğuda əsasən 9-11-ci sinif şagirdləri və I-IV kurs tələbələri iştirak etdi.

Sorğu Quba şəhər Hacıbaba Əliyev adına 1 saylı tam orta məktəbin şagirdləri və Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universitetinin Quba filialının tələbələri ilə keçirilmişdir.

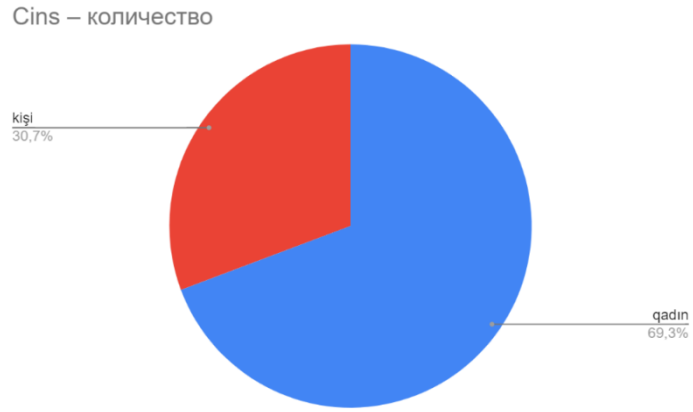
Anket sorğusu tamamilə anonimdir və demoqrafik suallarla başlayır. Sonrakı suallar isə Z nəsli nümayəndələrinin sosiallaşma üsullarını müxtəlif aspektlərdən araşdırır. Həmin anket sorğusunda 16- 22 yaş aralığında olan 152 nəfər iştirak etdi. İlk öncə tələbələrə və şagirdlərə tədqiqat haqqında qısa məlumat verilərək ümumi söhbət aparılmışdır. Onlayn formada da eyni ilə müvafiq WhatsApp qrupları üzərindən Z nəslinin nümayəndələrinə sorğuların keçidləri göndərilmiş və anonim çəkildə sualları cavablandırılması haqqında informasiya verilmişdir. Sorğunun əvvəlində iştirakçılar üçün ümumi məlumat qeyd olunmuşdur. Həmin sorğu dissertasiyanın ən sonunda-əlavələr hissəsində yerləşdirilib.

3.2. Alınan nəticələrin təhlili

Tədqiqat zamanı araşdırdığımız və haqqında danışdığımız bir çox məsələlər Z nəsli nümayəndələrinin xüsusiyyətlərini kifayət qədər açıqladı. Lakin tədqiqat işinin sonuncu fəslində anket sorğusu aparıb daha sonra alınan nəticələri SPSS vasitəsilə analiz edərək hazırda Z nəsli nümayəndələrinin həyatında kompüter, telefon, ümumilikdə, informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafının rolunu və təsirini əyani şəkildə gördük.

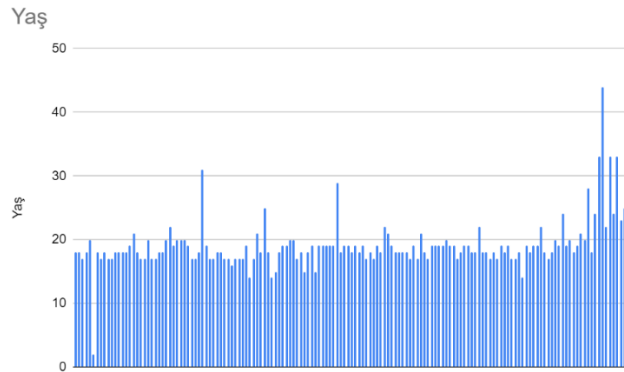
Sorğu keçirildikdən sonra alınan nəticələrin hər biri “Google Form”a daxil edilərək statistika ortaya çıxarıldı. Sorğunun keçidi: <https://forms.gle/VhmznnauXtBohK456>

Qrafik 3.1.



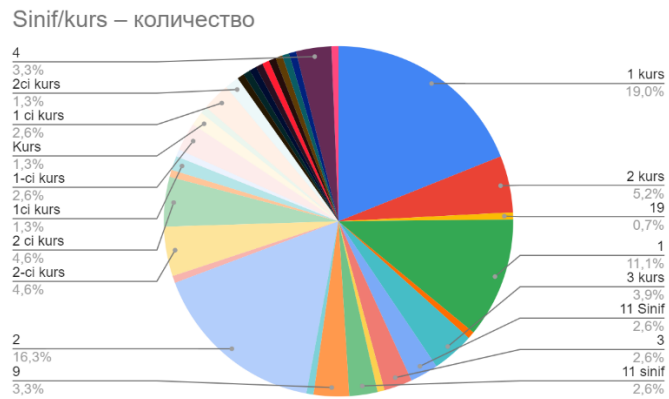
Sorğuda 30,7 %-i kişi, 69,3 %-i qadın olmaqla 152 nəfər iştirak etmişdir.

Qrafik 3.2.



Respondentlərin yaş aralıqlarına nəzər saldıqda görürük ki, iştirakçıların əksəriyyəti 16-22 yaş aralığındadır.

Qrafik 3.3.



Respondentlərə təhsillə bağlı sual verilmişdir və sorğuya qatılanların 22,3 %-i 1-ci kurs, 13,7 %-i 3-cü kurs, 9,2 %-i ikinci kurs, 3,3 %-i 4-cü kurs, 6,5 %-i 11 ci sinifdə, 16,3 %-i 9-cu sinifdə təhsil alır.

Qrafik 3.4. Sual 1)



Sorğuya qatılanlardan akademik göstəriciləri ilə bağlı suala cavab vermələri istənmişdir. Bu suala Z nəslinin nümayəndələrinə müraciət etdik ki, müasir dövrdə informasiya və kommunikasiya, texnika və texnologiyanın çox yüksək inkişaf səviyyəsinin təlim və təhsilə nə dərəcədə təsir etdiyini araşdıraq. Alınan nəticələr o qədər də ürək açan olmadı, belə ki, anket sorğusunda iştirak edənlərin cəmi 30%-i yüksək akademik göstəriciyə malik şəxslər idi. Onlardan 69,3 %-i orta, 24,8 %-i yüksək, 4,6 %-i isə aşağı cavabını vermişdir.

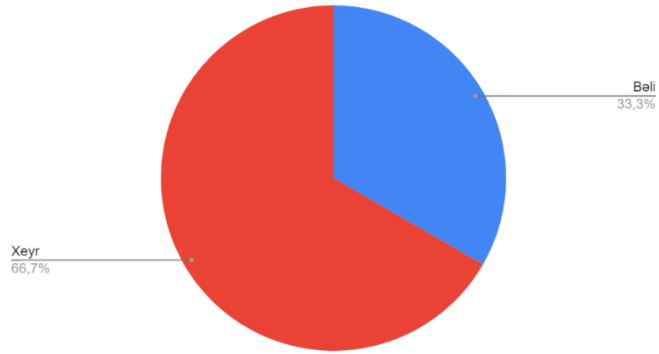
Qrafik 3.5. Sual 2)



Sorğuda iştirak edənlərə ağıllı telefona malik olub olmadıqları soruşulmuşdur. Bu sual təbii ki, müasir dövr üçün ən vacib olan elektron ünsiyyət vasitəsinə nəzərdə tutur. Respondentlərin çox hissəsi yəni 87,6 %-i bəli cavabını, digər 12,4%-i isə xeyr cavabını qeyd etmişdir.

Qrafik 3.6. Sual 3)

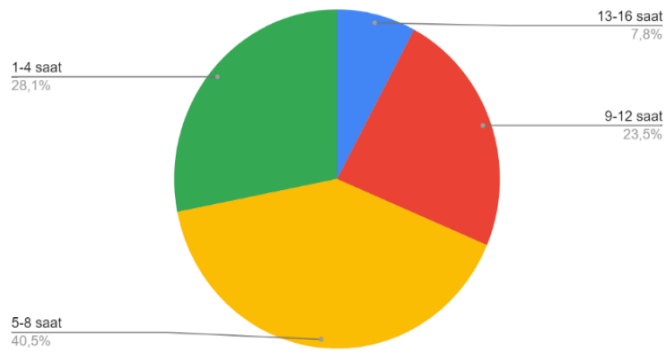
Şəxsi kompüteriniz varmı? – количество



“Şəxsi kompüteriniz varmı?” sualına respondentlərin 66,7%-i xeyr, 33,3%-i isə bəli cavabını qeyd etmişdir.

Qrafik 3.7. Sual 4)

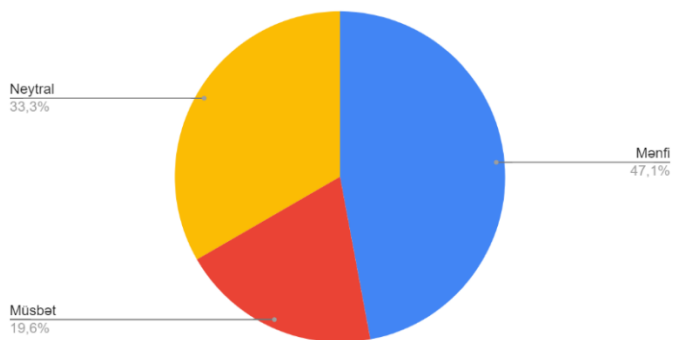
Günün neçə saatını telefonda istifadə edərək keçirirsiniz? – количество



Günün neçə saatını telefonda istifadə etdikləri ilə bağlı suala 40,5% 5-8 saat, 28,1% 1-4 saat, 23,5% 9-12 saat, 7,8% isə 13-26 saat cavabını qeyd etmişdir.

Qrafik 3.8. Sual 5)

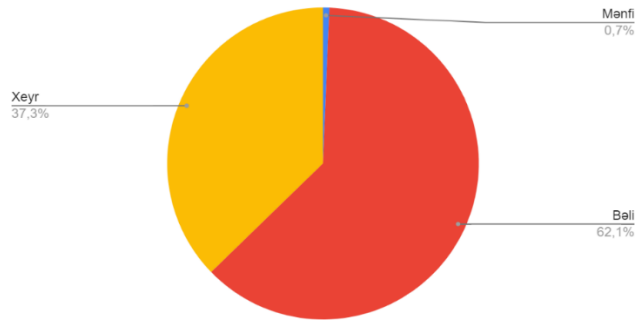
Telefonunuzun yanınızda olmamağı sizə necə təsir edir? – количество



Telefonunuzun yanınızda olmamağı sizə necə təsir edər? sualına çoxluq mənfi cavabını vermişdir. Belə ki, 47,1 % mənfi, 33,3% neytral, 19,6% isə müsbət cavabını qeyd etmişdir. Bu da açıq-aydın bir şəkildə Z nəslinin nümayəndələrinin telefonu yanında olmadığında belə narahatlıqlarının başlamasını və qismən həyat tərzinin mobil vasitələrdən asılı hala gəlib çıxdığını göstərir.

Qrafik 3.9. Sual 6)

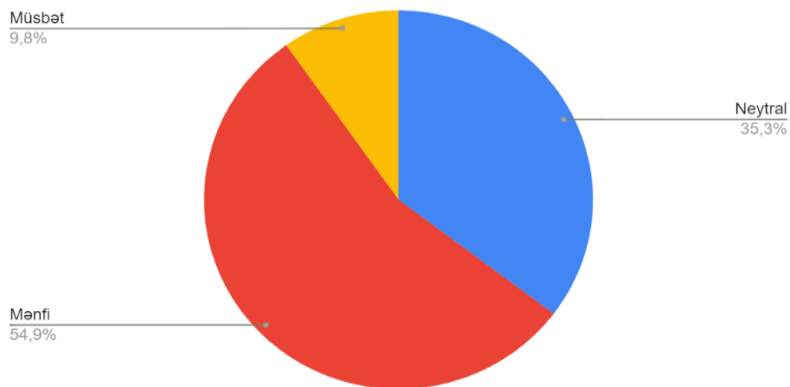
Telefonunuz WiFi-a bağlı olmadıqda mobil internetdən istifadə edirsinizmi? – количество



Sorğuda iştirak edənlərin 62,1%-i wifi olmadığı zaman mobil internetdən istifadə etdiklərini bildirmişlərdir, qalan 37,3% xeyr cavabını qeyd etmişdir, 0,7% isə mənfi yanaşdığını qeyd etmişdir. Burdan da belə nəticəyə gəlmək olar ki, Z nəslinin nümayəndələrinin böyük qismi nəinki telefon olmadıqda, hətta telefonu yanında olub internetə bağlı olmadıqda da narahat olurlar.

Qrafik 3.10. Sual 7)

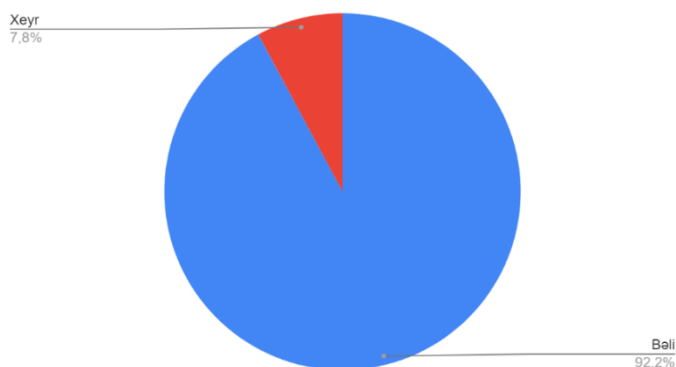
Əgər telefonunuz internetə bağlı deyilsə, bu sizə necə təsir edər? – количество



Respondentlərin 54,9%-i telefonun internetə bağlı olmamağının onlara mənfi təsir etdiyini qeyd ediblər, 35,3% neytral təsir etdiyini, 9,8% isə müsbət təsir etdiyini qeyd etmişdir.

Qrafik 3.11. Sual 8)

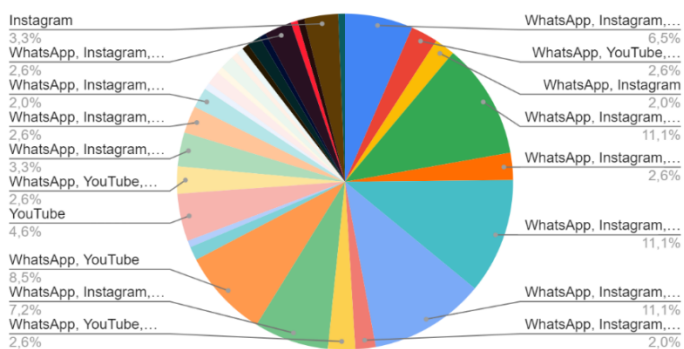
Sosial şəbəkələrdən istifadə edirsinizmi? – количество



Respondentlərin 92,2 %-i sosial şəbəkədən istifadə etdiyini, kiçik bir hissə yəni 7,8% isə etmədiyini qeyd edib.

Qrafik 3.12. Sual 9)

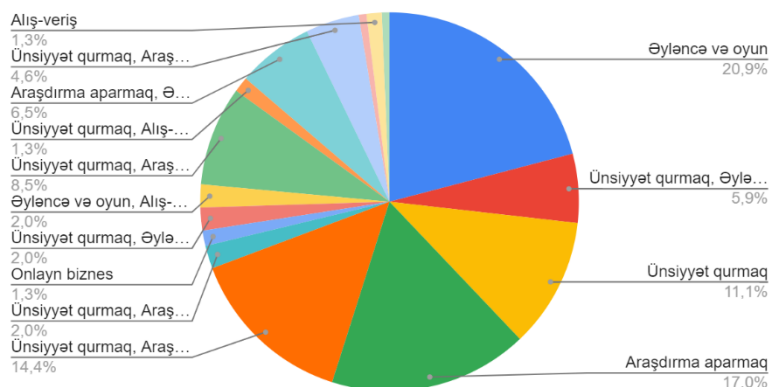
Ümumiyyətlə hansı sosial şəbəkələrdən istifadə edirsiniz?(bir neçə variant seçə bilərsiniz) – количество



Sorğu iştirakçılarında həmçinin, hansı sosial şəbəkələrdən istifadə etdikləri soruşulmuşdur. Ölkəmizdə Z nəsli nümayəndələri arasında daha çox WhatsApp, Instagram, YouTube, Telegram, TikTok sosial şəbəkələrindən istifadə edirlər. Bir neçə nəfər sorğuda Facebook üzərindən də iştirak etdiyini qeyd etsə də, bu sosial platformanın əsasən ortayaşlı nəslin nümayəndələri arasında geniş yayıldığına şahidi oluruq.

Qrafik 3.13. Sual 11)

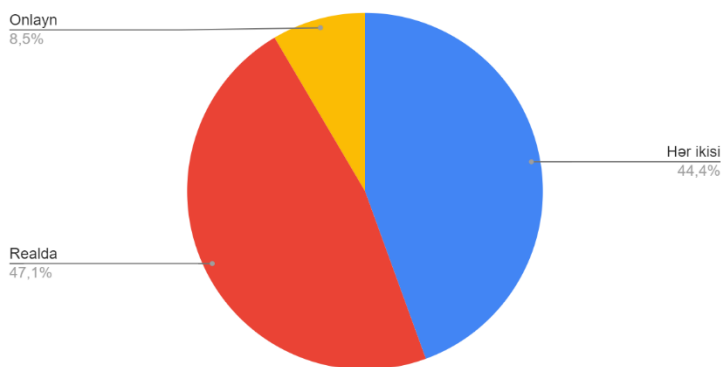
Sosial şəbəkələrdən hansı məqsədlə istifadə edirsiniz? –
КОЛИЧЕСТВО



Sosial şəbəkələrdən hansı məqsədlə istifadə etdikləri ilə bağlı suala respondentlərin 20,9% əyləncə, oyun, 17%-i araşdırma, 1,3%-i onlayn biznes, çox hissəsi isə ünsiyyət qurmaq cavabını qeyd etmişdir. Sevindirici hal da budur ki, kifayət qədər müxtəlif səbəblərdən istifadə edilən sosial platformalar sadəcə əyləncə məqsədi güdmür. Hətta cavablar arasında öz biznesini qurmağı bacaran Z nəsli nümayəndələrin də olduğu aydınlaşdı.

Qrafik 3.14. Sual 12)

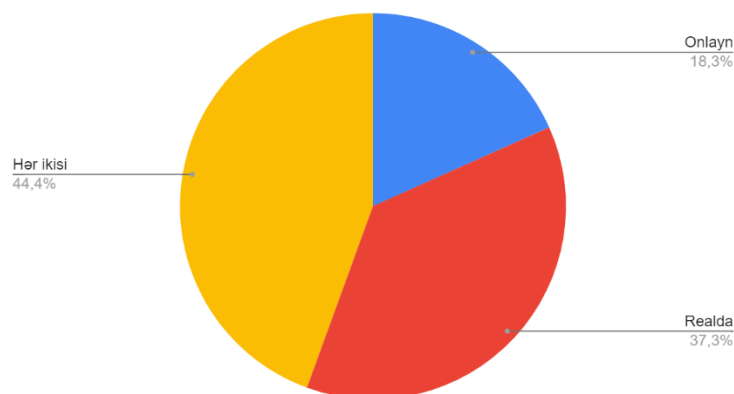
Hansı formada sosiallaşmağa üstünlük verirsiniz? –
КОЛИЧЕСТВО



Hansı formada sosiallaşmağa üstünlük verirsiniz? Sualına 47,1% realda, 8,5% onlayn, 44,4% isə hər ikisinə üstünlük verdiyini qeyd etmişdir.

Qrafik 3.15. Sual 13)

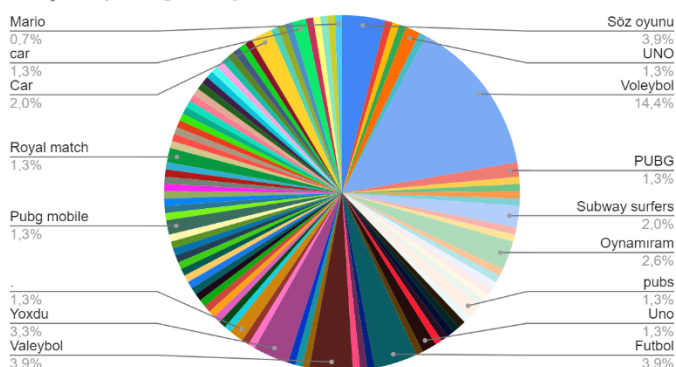
Hansı tip oyunlara üstünlük verirsiniz? – количество



İştirakçılara hansı tip oyunlara üstünlük verdikləri soruşulmuşdur. 37,3% real, 18,3% onlayn, 44,4% isə hər ikisi cavabını qeyd etmişdir.

Qrafik 3.16. Sual 14)

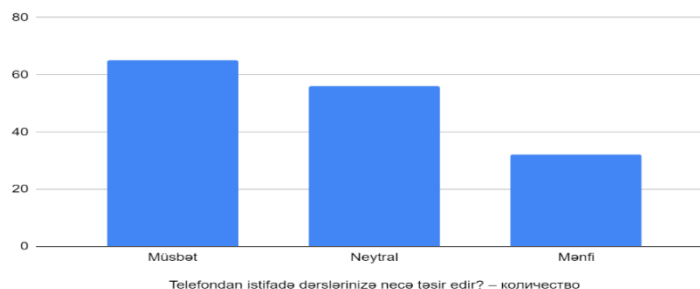
Ən çox oynadığınız oyun hansıdır? – количество



Ən çox oynadığınız oyun hansıdır? Sualına, 0,7% mario, 1,3 % car, 3,3% royal match, 2,6% pubg mobile, 18% voleybol, 3,9% futbol, 2,6 % UNO, 3,9 % söz oyunu cavabını qeyd etmişdir.

Qrafik 3.17. Sual 15)

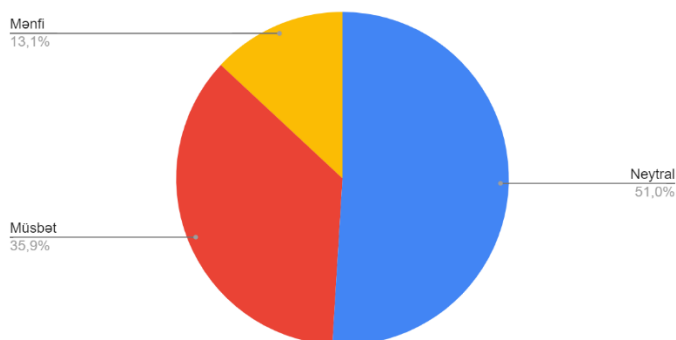
Telefondan istifadə dərslərinizə necə təsir edir? – количество



Telefon dərslərinizə necə təsir edir? Sualına 42,5% müsbət, 36,5% neytral, 20,9% isə mənfi cavabını qeyd etmişdir.

Qrafik 3.18. Sual 16)

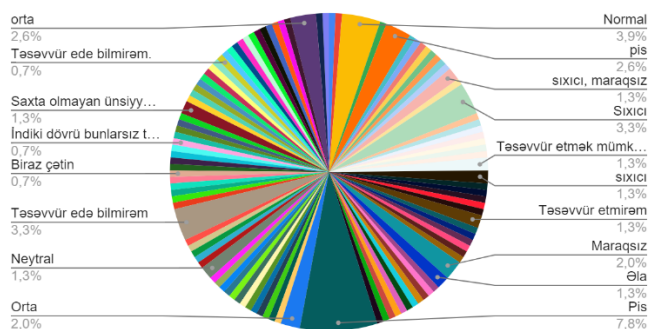
Telefondan istifadə ailənlə münasibətinizə necə təsir edir? – количество



İştirakçıların 35,9%-i telefondan istifadənin ailələri ilə münasibətə müsbət təsir etdiyini qeyd ediblər. 51%-i neytral, 13,1%-i isə mənfi cavabını qeyd ediblər.

Qrafik 3.19. Sual 17)

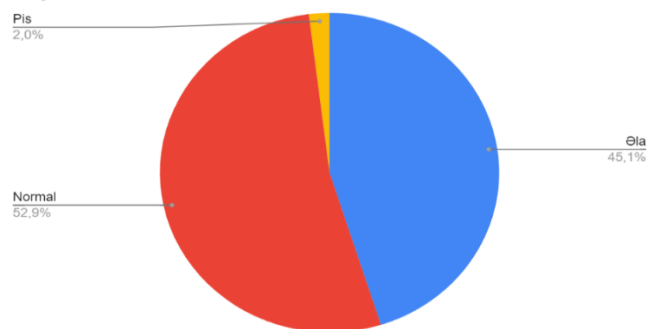
Telefon, kompüter və internetin mövcud olmadığı həyatı necə təsəvvür edirsiniz?



İştirakçılara telefon, kompüter və internetin mövcud olmadığı həyatı necə təsəvvür etdikləri ilə bağlı sual verilmişdir. Onların böyük hissəsi “maraqsız”, “çətin”, “sıxıcı” cavabını qeyd etmişdir. Bu da dövrümüzdə insanların bu amillərdən asılılığını göstərməkdədir.

Qrafik 3.20. Sual 18)

Yaşlarınızla münasibətiniz necədir? – количество



Respondentlərə yaşıdları ilə münasibətlərinin necə olduğu ilə bağlı sual verilmişdir. 52,9% normal, 45,1% əla, 2 % isə pis cavabı qeyd etmişdir.

Qrafik 3.21. Sual 19)



Həmçinin onlara özlərindən kiçiklərlə münasibətlərinin necə olduğu ilə bağlı sual verilmişdir. Bu suala çoxluq yəni 51% əla, 47,7% normal, 1,3% isə pis cavabın qeyd etmişdir.

Qrafik 3.22. Sual 20)



Eyni zamanda respondentlərə özlərindən böyüklərlə münasibətlərinin necə olduğunu ölçmək üçün sual verilmişdir. Bu suala əksəriyyət 52,9% əla, 44,4 % normal, 2,6% isə pis cavabın qeyd etmişdir. Sorğu zamanı son olaraq bu sualla müraciət etməmizin əslində bir səbəbi vardır. Belə ki, smartfonların, internetin, kompüterlərin insan həyatında daha çox özündən böyüklərlə

yəni X və Y nəslinin nümayəndələri ilə problemlər yaratdığı, onlarla anlaşmazlıq yaşandığı məlum oldu.

Alınan nəticələr SPSS 27 proqramı vasitəsilə analiz edilmişdir.

İlk öncə iştirakçıların telefondan istifadəsinin onların akademik göstəriciləri ilə arasındakı əlaqə analiz edilmişdir.

Cədvəl 3.1

Bayesian Estimates of Coefficients^{a,b,c}

Parameter	Mode	Posterior		95% Credible Interval	
		Mean	Variance	Lower Bound	Upper Bound
Telefondan istifadə dərslərinizə necə təsir edir? = 1	7.781	7.781	.009	7.598	7.964
Telefondan istifadə dərslərinizə necə təsir edir? = 2	7.862	7.862	.005	7.726	7.998
Telefondan istifadə dərslərinizə necə təsir edir? = 3	7.773	7.773	.004	7.645	7.900

a. Dependent Variable: Akademik göstəriciləriniz necədir:

b. Model: Telefondan istifadə dərslərinizə necə təsir edir?

c. Assume standard reference priors.

Cədvəl 3.2

Bayesian Estimates of Error Variance^a

Parameter	Mode	Posterior		95% Credible Interval	
		Mean	Variance	Lower Bound	Upper Bound
Error variance	.271	.278	.001	.222	.0348

a. Assume standard reference priors.

Göründüyü kimi, test nəticəsi 5%-dən az olduğu üçün biz telefondan istifadənin dərslərə olan təsirlə akademik göstərici arasında korelyasiya asılılığı mövcuddur deyə bilərik. Belə ki, telefondan daha çox istifadə edən tələbələrdə akademik göstəricilər aşağı olmuşdur.

Növbəti asılılıq kimi isə telefondan istifadə saatının akademik göstəriciyə olan təsiri test edilmişdir.

Cədvəl 3.3**Bayesian Estimates of Coefficients^{a,b,c}**

Parameter	Posterior			95% Credible Interval	
	Mode	Mean	Variance	Lower Bound	Upper Bound
Günün neçə saatını telefondan istifadə edərək keçirirsiniz? = 1-4 saat	7.773	7.773	.006	7.620	7.925
Günün neçə saatını telefondan istifadə edərək keçirirsiniz? = 13-16 saat	8.000	8.000	.022	7.708	8.292
Günün neçə saatını telefondan istifadə edərək keçirirsiniz? = 5-8 saat	7.906	7.906	.004	7.780	8.032
Günün neçə saatını telefondan istifadə edərək keçirirsiniz? = 9-12 saat	7.611	7.611	.007	7.443	7.779

a. Dependent Variable: Akademik göstəriciləriniz necədir:

b. Model: Günü neçə saatını telefondan istifadə edərək keçirirsiniz?

c. Assume standard reference priors.

Cədvəl 3.4**Bayesian Estimates of Error Variance^a**

Parameter	Posterior			95% Credible Interval	
	Mode	Mean	Variance	Lower Bound	Upper Bound
Error variance	.258	.265	.001	.211	.0332

a. Assume standard reference priors.

Göründüyü kimi, nəticə 5 faizdən aşağı olduğuna görə hipotezi qəbul edə bilərik. Belə ki, telefonda istifadə saati artdıqca akademik göstəricilər aşağı düşməkdədir.

Cədvəl 3.5

Bayesian Estimates of Coefficients^{a,b,c}

Parameter	Posterior			95% Credible Interval	
	Mode	Mean	Variance	Lower Bound	Upper Bound
Günün neçə saatını telefonda istifadə edərək keçirirsiniz? = 1-4 saat	15.477	15.477	.006	15.320	15.635
Günün neçə saatını telefonda istifadə edərək keçirirsiniz? = 13-16 saat	15.833	15.833	.024	15.531	16.135
Günün neçə saatını telefonda istifadə edərək keçirirsiniz? = 5-8 saat	15.625	15.625	.004	15.494	15.756
Günün neçə saatını telefonda istifadə edərək keçirirsiniz? = 9-12 saat	15.472	15.472	.008	15.298	15.647

- a. Dependent Variable: Yaşlılarımızla münasibətiniz necədir?
- b. Model: Günü neçə saatını telefonda istifadə edərək keçirirsiniz?
- c. Assume standard reference priors.

Cədvəl 3.6

Bayesian Estimates of Error Variance^a

Parameter	Posterior			95% Credible Interval	
	Mode	Mean	Variance	Lower Bound	Upper Bound
Error variance	.277	.284	.001	.227	.0356

- a. Assume standard reference priors.

Göründüyü kimi, nəticə 5%-dən aşağı olduğuna görə, gün ərzində telefonda istifadə saati ilə yaşlılarla münasibət arasında güclü korelyasiya əlaqəsinin olduğunu qeyd etməliyik. Belə ki, telefonda gün ərzində istifadə müddəti artdıqca həmyaşlılarla olan münasibət zəifləyir.

NƏTİCƏ

Mövzu ilə bağlı araşdırma apardıqda diqqət çəkən məqamlardan biri müxtəlif müəlliflərin insan nəsillərini XX əsrin əvvəllərindən başlayaraq fərqli adlar altında qruplara bölməsidir.

Nəsillər mövzusu ilə bağlı iqtisadiyyat, politologiya, demoqrafiya, sosiologiya, klinik psixologiya və s. elmlərin mütəxəssisləri tərəfindən 50 ildən artıqdır ki, müxtəlif tədqiqatlar aparılır.

Fərdləri bir-birinə bağlayan ortaq doğum illərində baş verən müəyyən tarixi hadisələr fərdlər üçün ortaq təcrübəyə çevrilir və onların kritik inkişaf illərinə böyük təsir göstərir. Bununla belə, doğum illərini paylaşan fərdlər bir-birlərini qrupdaxili üzvlər kimi tanıyarkən, qrupdan kənar qalanlar isə onları ayrı bir nəsil kimi tanıyırlar. Beləliklə, qohum nəsillərdə olan fərdləri digər nəsillərdən təkə ortaq doğum illərinə görə deyil, həm də üzvlərin xüsusiyyətlərinə daimi təsir göstərən unikal olaraq sosial və tarixi təcrübələrinə görə fərqləndirmək olar.

Sosial intellekt insanların davranışlarını başa düşmək üçün adekvatlığı müəyyən edən intellektual qabiliyyətlər sistemidir. Hər şeydən əvvəl, sosial münasibətlərə uğurlu daxil olmağı təmin etmək üçün bizə lazımdır, çünki onun sayəsində bir insan uyğunlaşmaq, yeni vəziyyətə uyğunlaşmaq imkanı əldə edir, bunun nəticəsində fərdin sosial uyğunlaşması həyata keçirilir.

Bu məhdudiyət insanların sosial intellekt sahələrində empatiya, dəyərlərə hörmət, münasibətlər və ünsiyyət kimi məsələlərdə problemlərə səbəb ola bilər. Beləliklə, Z nəsli sosial zəkasını inkişaf etdirmək üçün virtual əlaqələrdən çıxmağa və real insanlarla qarşılıqlı əlaqəyə daha çox diqqət yetirməlidirlər. İnformasiya texnologiyalarından istifadə etmək və virtual əlaqələr qurmaq yaxşıdır, lakin real əlaqələr sosial zəkanın inkişafı üçün də vacibdir.

Z nəslinin informasiya texnologiyalarından istifadəsi onların sosial intellektinə birbaşa təsir göstərir. İnformasiya texnologiyalarının yayılması və bu nəslin böyüməsi əsasən İnternet və sosial media platformalarının inkişafı ilə əlaqədardır. Bu platformalar vasitəsilə insanlar dünyanın hər yerindən başqaları ilə əlaqə qura bilərlər. Əvvəllər bu mümkün deyildi. Hazırda insanların müxtəlif mədəniyyətlərdən və dillərdən olan insanlarla görüşmək və ünsiyyət qurmaq imkanı var.

İlk əvvəl qeyd edək ki, gündəlik həyatımızda müşahidələr də onu göstərir ki, "Baby Boomers" və X nəsilləri Z nəsli ən çox onların sərbəst davranışları və hər hansısa işdə tez bir zamanda yüksəlmək arzularından dolayı tənqid edirlər. Bir çox hallarda bu sərbəstlik tərbiyədə olan müəyyən boşluqların nəticəsi hesab olunur, tez yüksəlmə arzusu isə zəhmətkeş olmamaqla əlaqələndirilsə də, əslində belə deyil.

Azad ruhluluq və sərbəstlik istəyi onların rəqəmsal dünyanın imkanları barədə hələ uşaq yaşlarından tanış olması ilə əlaqədardır. Z nəsli rəqəmsallaşmanın artan imkanları sayəsində qəbul olunmuş müəyyən stereotipləri pozmaqda davam edirlər ki, bu da başa düşüləndir.

Tez bir zamanda gördükləri işdə yaxşı nəticələr əldə etmək və yüksəlmək arzuları da texnologiyanın, xüsusən, sosial şəbəkələrin yaratdığı imkanların nəticələridir. Belə ki, əgər X nəsindən olan bacarıqlı gənc rəssam öz əsərlərini sərgiləyərək, bir-neçə xoş söz eşitmək üçün müəyyən sərgilərdə iştirak etməyi səbrlə gözləməyə məcbur idisə, Z nəslinin nümayəndəsi olan həmin gənc sadəcə öz işlərinin fotosunu sosial şəbəkədə paylaşaraq, çox qısa zamanda böyük kütlələlərdən işləri barədə geri dönüşlər alır, təriflərlə motivasiya olurlar. Bu səbəbdən də, tez bir zamanda nəticə əldə etməyə alışmış olan Z nəsli karyera yüksəlişi üçün daha səbrsiz davranırlar.

Z nəslinin nümayəndələri realizmə güclü bağlılıqları ilə seçilir, analitik zəkası yüksək inkişaf etmiş Z nəsli sadəcə "bəzəkli-düzəkli" cümlələr səsləndirərək, nəyəsə inandırmaq və motivasiya etmək bir qədər çətin məsələdir. Z nəsli üçün bütün müxtəliflikləri, rəngarənglikləri ilə bir fərd olmaq və özünü sübut etmək önəmlidir. Hər şeyi. öncədən qəbul olunmuş anlayışlar, stereotiplərlə qiymətləndirməyi, ümumiləşdirməyi sevmirlər.

Pul onlar üçün əhəmiyyətlidir. Z nəsli sələfləri olan Y nəsindən daha az idealist daha çox materialistdir. Onlar üçün maddi cəhətdən motivə edilmək əhəmiyyətlidir. Onların yüksək ambisiyaları var və rəqabəti sevir. Əyləncə anlayışlarından dolayı, bu nəsillə bəzən qeyri-ciddi yanaşılarsa da, əslində Z nəslinin yüksək ambisiyaları, hədəfləri var və bu hədəflərə çatmaq üçün rəqabət aparmaqdan da çəkinmirlər.

Z nəslinin nümayəndələri istər realda, istərsə də onlayn şəkildə sosiallaşmağı sevir. Z nəsli daima çevrələrini genişləndirməyə, yeni və fərqli insanlar tanımağa və onlarla ünsiyyət qurmağa çalışır və bu məqsəd üçün heç də hesab olunduğu kimi ancaq virtual vasitələrdən istifadəyə üstünlük vermir. Z nəsli insanlarla üz-üzə ünsiyyət qurmağı da, çox sevir. Bu nəsli nümayəndələri ilə ünsiyyət zamanı hər iki üsuldən də balanslı şəkildə istifadə önəmlidir.

Onlar çox tolerantdırlar. Fərqlilikləri sevmələri və müxtəlif qruplardan insanlarla ünsiyyət qurmağa maraqlı olmaları Z nəslinin empatiya bacarığının yüksək inkişaf etməsinə şərait yaradır ki, bu da onlarda tolerantlıq hissinin daha yüksək olmasına səbəb olur.

Ən əsası da "Multitasking" bacarıqları yüksəkdir və diqqətləri daha tez yayır.

Ağıllı cihazlarla həddən artıq vaxt keçirmələri, bir müddət sonra Z nəslinin də onlara bənzəyərək, eyni vaxtda bir neçə işi həll etmə bacarıqlarının formalaşmasına səbəb olmuşdur. Bu, əksər hallarda müsbət xüsusiyyət hesab olunmasına baxmayaraq, diqqətin çox tez yayınması kimi hallara səbəb olur.

Apardığımız araşdırmalar göstərir ki, təkcə Z nəsli deyil, bu gün Y və hətta X nəsli belə müəyyən qədər informasiya texnologiyalarından-telefonda, sosial şəbəkələrdən geniş istifadə edirlər. Z nəsində olduğu qədər çox olmasa da, müəyyən qədər onlarda da diqqət dağınıqlığı, vaxtın boşa sərf olunması, sosial intellektin zəifləməsi halları müşahidə olunur.

İnsanlar hazırda bir-birilə realdan daha çox virtualda ünsiyyətə girir. Sosial media platformalarının yayılması insanların virtual aləmdə daha çox yaşamalarına səbəb oldu və bu da sosial zəkalarının inkişafını məhdudlaşdırdı. Virtual əlaqələr reallığa çevrildi və bəzi insanlar üçün sosial mediada ünsiyyət real insanlarla ünsiyyətdən daha cəlbedici oldu. Ancaq bu, onların sosial intellektinin inkişafını tamamilə məhdudlaşdırmır.

Tədqiqat zamanı araşdırdığımız və haqqında danışdığımız bir çox məsələlər Z nəsli nümayəndələrinin xüsusiyyətlərini kifayət qədər açıqladı. Lakin tədqiqat işinin sonuncu fəslində anket sorğusu apararaq SPSS proqramı vasitəsilə analizlərin təhlilindən sonra məlum oldu ki, hazırda Z nəsli nümayəndələrinin həyatında kompüter, telefon, ümumilikdə, informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafının rolu çox böyükdür.

Hazırladığımız anket sorğusu özünütədqidimetmə ilə başlayır və özünütədqidimetmə üç sualla həyata keçirilir. Sonrakı suallar isə Z nəsli nümayəndələrinin sosiallaşma üsullarını müxtəlif aspektlərdən araşdırdıq. Həmin anket sorğusunda müxtəlif yaş aralığı arasında olan 152 nəfər iştirak etdi.

Z nəsli nümayəndləri bu gün öz həyatını telefonsuz, kompütersiz, sosial şəbəkələrsiz təsəvvür edə bilmir. Bu onların dərslər, ailə və dostluq münasibətlərinə, iş həyatına, əhval-ruhiyyəsinə, bir sözlə sosial intellektinə birmənalı şəkildə təsir göstərir. Günün tələbi olan, inkişaf üçün əhəmiyyətli hesab olunan informasiya texnologiyaları bəzi hallarda boş vaxt itkisinə, lazımsız və beyni yoran informasiya axınına, diqqət dağınıqlılığına səbəb olduğundan mənfi təsirlərini də danmaq olmaz. Həm müsbət, həm mənfi təsirləri balanslı şəkildə idarə etmək Z nəslinin qarşısında duran əsas öhdəliklərdən biridir.

Günümüzdə istər təhsil, istər karyera, istərsə də gündəlik həyatımız üçün internetdən mütləq ki, sözün əsl mənasında faydalana bilirik. Son dövrlərdə yaşanmış Covid-19 pandemiyası zamanı belə internetin mövcud olması insanlara xeyli kömək idi. Həm inkişaf, həm iş, həm təhsil, həm də ümumi vəziyyətin izlənilməsi halları üçün informasiya texnologiyaları əvəzsiz rol oynayır.

İnformasiya texnologiyalarının mənfi təsirlərinin aradan qaldırılmasında əsas məsuliyyət valideynlərin üzərinə düşür. Azyaşlı uşaqlarla düzgün vaxt keçirmək, vaxtaşırı olaraq təbiətdə vaxt keçirmək, birlikdə nağıl oxumaq, yeniyetmələrin problemləri ilə yaxından maraqlanmaq, dah az qınamaq, onları anlayaraq tərbiyələndirmək gələcəkdə daha özgüvənli və güclü sosial intellektə malik şəxslərin yetişməsinə səbəb olacaq.

Tədqiqatımız nəticəsində tam olaraq aydın oldu ki, Z nəslinin nümayəndələri informasiya texnologiyalarından nə qədər çox istifadə edilərsə, bir o qədər də sosial əlaqələri, akademik göstəriciləri zəifləyir. Sosial intellektin düzgün inkişaf etməsi üçün telefondan, intermetdən, sosial şəbəkələrdən birmənalı olaraq balanslı və xüsusi nizam-intizamla istifadə olunmalıdır.

Gələcək tədqiqatlarda bu məsələlərin öyrənilməsi tövsiyyə olunur:

- X, Y nəslinin informasiya texnologiyalarının istifadəsinin onların sosial intellektinə və Z nəslinə münasibətinə təsiri.

- Müxtəlif nəsillərin inkişafında, onların bir biri ilə münasibətində informasiya texnologiyalarının rolu.

- Yeniyetmə və gənclərin sosial intellektinin inkişaf səviyyəsinin asılı olduğu əsas psixoloji məqamlar

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Amerika Psixologiya Asosiasiya (2013), DSM V
2. Amy Morin (2020). How to Increase Your Social Intelligence
3. Aniszewska, G. (2015). Zmiany pokoleniowe a decyzje i wybory konsumenckie. *Marketing i Rynek*, 1, 2–7.
4. Babbie, E. (2004). *Badania społeczne w praktyce*. Warsaw: Wydawnictwo Naukowe PWN.
5. Bednarska, M., Grobelna, A. (2017). Zmiana pokoleniowa na rynku pracy w turystyce. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 5(4), 104–125.
6. Cennamo, L., Gardner, D. (2008). Generational differences in work values, outcomes and person-organisation values fit. *Journal of Managerial Psychology*, 23(8), 891–906. DOI: 10.1108/02683940810904385.
7. Bannon O.G. Gələcəyimizi idarə etmək: X nəsil faktoru. “Dövlət Kadrlarında idarəetmə” (2001), səh.95-110.
8. Broadbridge A.M., Maxwell G.A. və Ogden S.M. “Y nəsli üçün pərakəndə məşğulluq təcrübəsi, qavrayış və gözləntilər”. *Karyera İnkişafı*. (2007), səh.1-39.
9. Brokaw, T. (1998). *The Greatest Generation*. Random House.
10. Cilliers, E.J. (2017). *The challenge of teaching generation Z*. *People: International Journal of Social Sciences*, 3(1), 188–198. DOI: 10.20319/pijss.2017.31.188198.
11. Csobanka, Z.E. (2016). *The Z Generation*. *Acta Technologica Dubnicae*, 6(2), 63–76. DOI: 10.1515/atd-2016- 0012.
12. Coupland, D. (1991). *Generation X: Tales for an Accelerated Culture*. St. Martin's Press.
13. Сапа А.В. Поколение Z - поколение эпохи ФГОС // Психолог в школе, № 8 (20), 2014, стр.2-9.
14. Dudek, J. (2017). Oczekiwania osób z generacji Z korzystających z pomocy korepetytorów. A. Lipka, M. Król (Eds.). *Gospodarowanie wielopokoleniowym kapitałem ludzkim*. Warsaw: CeDeWu
15. Demir, H., & Demir, G. (2002). X kuşağına özgü değerlerin çalışanların örgütsel bağlılığına etkisi: Bir saha araştırması. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 22(1), 197-217.
16. Elm Alley (2019), *Elmi və praktiki elektron jurnal*. №12(39), Alley-science.ru
17. Ensari, M. (2017). A study on the differences of entrepreneurship potential among generations. *Research Journal of Business and Management*, 4(1), 52–62. DOI:

10.17261/Pressacademia.2017.370.Gross, M. (1990). Boomers: The Cold War Generation Grows Up. Little, Brown and Company.

18. Erdemir, n., & kutlu, m. (2018). Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı ile sosyal zeka düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Journal of international social research*, 11(57), 401–409.

19. Gökhan Alptekin, Deniz Türkmen, & Halis Adnan Arslantaş(2021). Social Media Usage Levels And Preferences Of The Baby Boomers Gen X Gen Y Gen Z. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(51), 253–278.

20. Güler, A., & Ünsar, S. (2009). X, Y ve Z kuşaklarının iletişim tercihleri üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergi*, 3(1), 58-72.

21. Half, R. (2015). Get Ready for Generation Z. Retrieved from: <https://www.roberthalf.com/workplace-research/get-ready-for-generation-z>

22. Hardey, M. (2011). Generation C: Content, Creation, Connections and Choice. *International Journal of Market Research*, 53(6), 749–770. DOI: 10.2501/IJMR-53-6-749- 770.

23. Maj, J. (2015). Age management in Polish enterprises: CSR or a necessity? Referred Paper Proceedings, Corporate Social Responsibility and Human Resource Management in V4 Countries International Scientific Conference, Nitra.

24. Hemingway, E. (1926). *The Sun Also Rises*. Scribner.

25. Işık, Ö., & Ertürk, A. (2015). X, Y ve Z kuşaklarının iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkilerinin karşılaştırılması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 141-162.

26. Levickaite (2010), 173 säh.

27. Levine, A., & Dean, D. R. (2012). *Generation on a Tightrope: A Portrait of Today's College Student*. Jossey-Bass.

28. Melih Dikmen & Murat Tuncer, (2018). İnternet bağımlılığının aile ilişkilerine etkisi. *Online journal of technology addiction cyberbullying*, 5(1), 34–52.

29. Mihalıs Kuyucu (2017) . Y Kuşığı ve Teknoloji Y Kuşığının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, e-gifder*. 5, 2, 0–0.

30. Michael Dimock (2023). 5 things to keep in mind when you hear about Gen Z, Millennials, Boomers and other generations

31. Mişra (2012), 97 säh.

32. Nesibe Aslan. (2019). Ergenlerde internet bağımlılığı yaygınlığı nedenleri ve sonuçları üzerine bir araştırma. *Journal of international social research*, 12, 0–0.

33. Noreena Hertz (2015), *Generation K: Understanding Teens Today*
34. Opolska-Bielańska, A. (2016). CSR – narzędzie przemian na rynku pracy. *Spoleczeństwo i Edukacja*, 21(2), 7–30.
35. Kim Parker (2023), *How Pew Research Center will report on generations moving forward*
36. Kuran, E. (2022), *Z- Bir Kuşığı Anlamak*, 9. Baskı, Mundi Yayınları, İstanbul.
37. Rainer, T. S., & Rainer, J. W. (2011). *The Millennials: Connecting to America's Largest Generation*. B&H Publishing Group.
38. Schawbel (2014), 10 səh.
39. Sidorcuka, I., Chesnovicka, A. (2017). Methods of attraction and retention of generation Z staff. *CBU International Conference Proceedings*, 5, 807–815. DOI: 10.12955/cbup.v5.1030.
40. Sladek və Grabinger(2013) 1 səh.
41. Strauss W., Howe N. (2001), *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*.
42. Strauss, W., & Howe, N. (1997). *The Fourth Turning: An American Prophecy*. Broadway Books.
43. Sümer, N., & Kocabaş, İ. (2007). X kuşağı öğrencilerinin tüketim eğilimleri üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 129-147.
44. Şener, M. K., & Özmen, Ş. (2006). X kuşağı yöneticilerinin liderlik tarzları. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 7(2), 85-105.
45. Stillman, D. & Jonah, S. (2019), *İşte Z Kuşağı Genç Kuşak İşyerini Nasıl dönüştürüyor?*, Çev: Duygu P. Kayıhan ve Ferhat Erduran, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul
46. Tari, A. (2011) *Z generáció*. Budapest: Tericum Kiadó Kft.
47. Taylor, P., & Pew Research Center. (2014). *The Next America: Boomers, Millennials, and the Looming Generational Showdown*. PublicAffairs.
48. Twenge, J. M. (2016). *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled—and More Miserable Than Ever Before*. Free Press.
49. Воронцова Ю.А. Теоретическая основа теории поколений // Ученые записки Орловского государственного университета. *Серия: Гуманитарные и социальные науки*. 3 (72), 2016, стр.268-273.
50. Грибкова О.В., Сапогова О.А. «Психологические особенности современного общества — Поколение Z». В сборнике: *Актуальные проблемы теории и практики психологических, психолого-педагогических и лингводидактических исследований*.

Сборник материалов Международной научно-практической конференции. В 2-х томах. Ответственный редактор О.И. Кабалина, 2019, стр.426-431.

51. Кулакова А.Б. Поколение Z: теоретический аспект // Вопросы территориального развития, № 2 (42), 2018, 10 стр.

52. Сычев А.(2014) Поколение Z: те, кто будет после: интервью с Марком Сандомирским.

53. Чумаков В. КК-3.5. Теория поколений // Коммерческий директор, 2008. URL: <http://www.svblog.ru/consult/КК-375/>

54. Шамис Е.В. каких условиях растёт поколение Милениум и Z и что станет их ценностями. 2009. URL: <https://rugenations.su/2009/05/21/в-каких-условиях-растет-поколение-мил/>

55. <https://hrdergi.com/z-kusagi-hakkinda-bilmeniz-gereken-on-seyi-acikliyoruz>

56. <https://www.egitimpedia.com/bir-kusagi-anlamak-z-kusagi-kimdir>

57. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime-KUN%C5%9EAK

58. <https://hrclub.az/az/blog/29>

59. <https://www.muallim.edu.az/news.php?id=2138>

60. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1178858>

61. <https://www.muallim.edu.az/news.php?id=7562>

62. <https://www.businessinsider.com/generation-z>

63. <https://hrdergi.com/z-kusagi-hakkinda-bilmeniz-gereken-on-seyi-acikliyoruz>

64. <https://www.egitimpedia.com/bir-kusagi-anlamak-z-kusagi-kimdir/>

65. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime-KUN%C5%9EAK

66. <https://hrclub.az/az/blog/29>

67. <https://www.muallim.edu.az/news.php?id=2138>

68. <https://www.ixtisas.az/az/blog/mohtesem-z-nesli-238>

69. https://en.wikipedia.org/wiki/Strauss%E2%80%93Howe_generational_t

70. <https://www.businessinsider.com/generation-z>

71. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>

Z nəslinin informasiya texnologiyalarından istifadəsi ilə sosial intellekt arasındakı əlaqəsini müəyyən etmək üçün anket sorğu

Hörmətli iştirakçılar!

Bu sorğu Azərbaycanda Z nəsli nümayəndələrinin informasiya texnologiyalarından istifadəsinin onların sosial intellektinə təsirini müəyyənləşdirmək məqsədilə hazırlanmışdır. Sorğuda iştirak tamamilə anonimdir, burada qeyd etdiyiniz heç bir məlumat elmi məqsədlərdən əlavə formalarda istifadə edilməyəcək və paylaşılmayacaqdır. Həmçinin, sorğuda iştirak könüllüdür, istədiyiniz zaman sorğuda iştirak etməkdən imtina edə bilərsiniz. Sualları cavablandırın zaman bildirəcəyiniz məlumatların doğruluğu bizim tədqiqatın nəticəsi üçün çox vacibdir. Ona görə də xahiş edirik ki, sualları diqqətli oxuyasınız və sizə görə ən uyğun cavabı qeyd edəsiniz.

Araşdırmaya verdiyiniz töhfə üçün təşəkkür edirəm!

Xəyalə Ələkbərova

Xəzər Universiteti

Ümumi Psixologiya ixtisası üzrə II kurs magistratura tələbəsi

Cins: Q K

Yaş:

Sınıf/Kurs:

1. Akademik göstəriciləriniz necədir:

Yüksək Orta Aşağı Çox aşağı

2. Ağıllı telefonunuz varmı?

Bəli Xeyr

3. Şəxsi kompüteriniz varmı?

Bəli Xeyr

4. Günün neçə saatını telefonda istifadə edərək keçirirsiniz?

1-4 saat 5-8 saat 9-12 saat 13-16 saat

5. Telefonunuzun yanınızda olmamağı sizə necə təsir edir?

Mənfi Müsbət Neytral

6. Telefonunuz WiFi-a bağlı olmadıqda mobil internetdən istifadə edirsinizmi?

- Bəli Xeyr

7. Əgər telefonunuz internetə bağlı deyilsə, bu sizə necə təsir edər?

- Mənfi Müsbət Neytral

8. Sosial şəbəkələrdən istifadə edirsinizmi?

- Bəli Xeyr

9. Ümumiyyətlə hansı sosial şəbəkələrdən istifadə edirsiniz?(bir neçə variant seçə bilərsiniz)

- WhatsApp Instagram YouTube
 Facebook Telegram TikTok Digər

10. Bunlardan ən çox hansını istifadə edirsiniz?(bir neçə variant seçə bilərsiniz)

- WhatsApp Instagram YouTube
 Facebook Telegram TikTok Digər

11. Sosial şəbəkələrdən hansı məqsədlə istifadə edirsiniz?

- Ünsiyyət qurmaq Araşdırma aparmaq Əyləncə və oyun
 Alış-veriş Onlayn biznes

12. Hansı formada sosiallaşmağa üstünlük verirsiniz?

- Onlayn Realda Hər ikisi

13. Hansı tip oyunlara üstünlük verirsiniz?

- Onlayn Realda Hər ikisi

14. Ən çox oynadığınız oyun hansıdır?

15. Telefondan istifadə dərslərinizə necə təsir edir?

- Mənfi Müsbət Neytral

16. Telefondan istifadə ailənizlə münasibətinizə necə təsir edir?

- Mənfi Müsbət Neytral

17. Telefon, kompüter və internetin mövcud olmadığı həyatı necə təsəvvür edirsiniz?

(bir neçə sözlə ifadə edin)

18. Yaşadığınızla münasibətiniz necədir?

- Əla Normal Pis

19. Özünüzdən kiçiklərlə münasibətiniz necədir?

- Əla Normal Pis

20. Özünüzdən böyüklərlə münasibətiniz necədir?

- Əla Normal Pis