

UUS LUGEJATE PÕLVKOND: MIDA TOOVAD ZUUMERID



Olga Einasto, PhD
Tartu Ülikooli raamatukogu

MÕISTED SELGEKS

Generatsioon,
eesti keeles ka “põlvkond”, “sugupõlv”,
on ligikaudu ühevanuste inimeste kogum

NB!

- sotsiaalne interaktsioon indiviidide vahel
- järjepidevusel põhinev ajalugu

MÕISTED SELGEKS

Karl Mannheimi põlvkondade teooria:

põlvkond on enam-vähem ühel ajal sündinud inimeste rühm, kes on koos läbi elanud olulise ajaloolise sündmuse, mis vormib nende sotsiaalse teadvuse.

Strauss'i ja Howe'i põlvkondade teooria:

eri põlvkondade väärtushinnangud on oluliselt erinevad (umbes iga 20 aasta tagant ilmub uus põlvkond, kellel on omad väärtused, ja noored käituvad samas vanuses erinevalt oma vanematest)

Enne 1946. aastat sündinud:

Veteranid. Vaikne põlvkond

Aastatel 1947–1964 sündinud:

Buumerid (Beebibuumi inimesed)

Aastatel 1965–1980 sündinud:

X-generatsioon

Aastatel 1981–1996 sündinud:

Y-põlvkond, ehk Millenniaalid, sh Lumehelbekesed

Aastatel 1997-2012 sündinud:

Zuumerid

Aastatel 2013-2025 sündinud:

Alfa põlvkond

Veteranid, vaikne põlvkond, sünd. enne 1946

Austavad autoriteete ning tööd. Konservatiivsed, kaalutletud ja lojaalsed. Tööalane moto: "Et saaks tehtud!"

Märksõnad: pühendumine, riigimehelikkus, ohverdamine, raske töö, seadus ja kord, kannatlikkus, enne töö ja siis lõbu, reeglitest kinnipidamine, rahu

Buumerid, sünd. 1947–1964

Tööalane moto: „Tööta kuni kukud!“. Töönarkomaanid. Pension ei ole töökarjääri lõpp. Oskavad teha asju oma kätega.

Märksõnad: kõrgem haritus, kõrge töö-eetika, lojaalsus, optimism, orientatsioon meeskonnale, personaalne vaevatasu, ambitsioonikus, tervis ja heaolu (tarbijad), isiklik areng, rahu

(Allikas: Columbus Eesti, K.Kütt)

X-generatsioon, sünd. 1965–1980

Moto: “kui see pole katki, ära paranda”. Ei näe mõtet aja raiskamises vähem oluliste tegevuste peale.

Märksõnad: küünilisus, pessimism, kohanemine muutustega, iseseisev toimetulek, paindlikkus

Y, ehk Milleniaalid, sünd. 1981–1996

Märksõnad: tehnoloogia-osavad, nõudlikud, kannatamatud, aktiivsed, ei usu autoriteetidesse, praktilised ja suured optimistid, väga moe- ja stiiliteadlikud, saavutusvajadus, lühike keskendumisvõime, isiklik vabadus, meeskonnatöö, osaajaga töötamine õpingute ajal, elu ja töö tasakaal, *multitasking*

Zuumerid, sünd. 1997-2012

Märksõnad: tehnoloogia veteranid, ettevõtlik meelelaad, loomingulisus, soov muuta maailma, arenenud kodanikuteadvus (aktiivsed kogukonna asjades), avatus ja tolerantsus, võrdne ja aus kohtlemine, personaalne lähenemine, osajaga töötamine õpingute ajal, sotsiaalmeedia ja online-suhtlus

Alfa, sünd. 2013-2025,
kes saavad täiskasvanuks
XXI sajandi kolmekümnendatel.

Beeta: 2026-



Zuumerite eripärad

Hüperhooldus: lapsed on pidevalt täiskasvanute järelevalve all. Perekond on neile väga väärtuslik: see on ainus turvaline asi. Kõrgelt hindavad hoolitsemist ja neil on tugev vajadus turvalisuse järele!

Kuidas raamatukogu võiks näidata hoolitsemist?



Zuumerite eripärad

Z-põlvkond on vaimselt küps ja füüsiliselt kiirem eelmisest põlvkonnast, kuid neil on vähene vaimne sitkus, kuna uuringutest on tulnud välja, et zuumerite ärevuse, masenduse ja enesetappude juhtumid on murettekitavalt tõusnud.

Kuidas raamatukogu saab neid aidata?

Disain? Dialoog? Nn vaimse tervise päevad?

Koostöö psühholoogidega, nõustajatega?

Muusika-, kunsti- ja biblioteraapia?

Raamatukogu humanism

Zuumerite eripärad

Kogu elu käib “on demand” rütmi järgi, mis tekitab zuumerite peades mulje, et kontroll maailma üle ongi nende käes. See on aga ego poputamine ehk nartsissismi toitmine, mida kinnitavad ka uuringud – digikümblyuses kasvanud noored on 15% nartsissistlikumad kui eelmise põlvkonna esindajad ning sellega peaks oma kommunikatsioonis arvestama.

*Kuidas võiks raamatukogu poputada zuumerite ego?
Selfie nurk? Konkursid, võistlused, auhinnad?
Kõige aktiivsem lugeja? Raamatukogu Sõber? ...*

Zuumerite eripärad

- eelistavad iseteenindusvõimalusi, kuid iseteenindustehnika peab olema laitmatu kvaliteediga, stiilne, töötama väga kindlalt ja kiiresti,
- nutitelefonide põlvkonna jaoks on äärmiselt oluline võimalus igal pool telefoni laadida,
- sageli soovivad kasutada korraga 2-3 ekraani, kas me saame seda pakkuda?
- oluline on üllatada, kasvõi aeg-ajalt

Kuidas kõnetada selle põlvkonna südant?

Kõik teed viivad isikupärastamiseni:

- relevantsete soovitusi,
- unikaalsed, personifitseeritud teenused, tooted
- nende nutitelefonide jaoks optimeeritud koduleht
- lubada/võimaldada neile luua oma sisu raamatukogu kodulehel, e-kataloogis, Fb-s ja Instas, jms

Juurdepääs infole:

- kõrgelt hindavad OA võimalusi
- oluline on maksimaalselt lihtsustada juurdepääsu infole nende lühikese tähelepanuvõime tõttu (8 sekundit!)
- mitte unustada raamatuid, sest **see põlvkond armastab raamatuid!**

Kuidas kõnetada selle põlvkonna südant?

Kommunikatsioon

- nad ei seedi pikki tekste
- otsides infot, vaatavad eelkõige videosisuga vastuseid
- zuumeritele meeldib dialoog, sh näost näkku! Nendega võib julgelt suhelda, küsida nende arvamust, kaasata
- see põlvkond armastab lugeda soovitusi ja jagada neid
- kommunikatsiooni disain: armastavad silmadega!
(toredad pildid ja demo-video, mitte staatiline sisu)
- helid, muusika on samuti olulised
- aktsioonid, mängud, lähedad üritused
- lugude jutustamine

Kuidas kõnetada selle põlvkonna südant?

Kommunikatsioonikanalid

- kuigi Z-põlvkond on endiselt ka Facebookis, kasutavad nad palju rohkem YouTube'i ja Instagrami, ka TikToki.
- YouTube'i on nimetatud nende lemmikveebisaidiks

Kas raamatukogu peaks tegema rohkem videoreklaami, tegelema vlogiga või interaktiivse kanaliga Youtube'is?

Kas peaks kasutama soovituste/reklaami jaoks inimesi, kellega Zuum-generatsioon suudab ennast samastada? Võib-olla uus reaalsus on Youtube'i ja Instagrami kuulsuste kasutamine?

Kuidas kõnetada selle põlvkonna südant?

E-keskkond, veebi ja e-teenuste disain

- kogu info, nii veebis kui e-kirjades, peab olema optimeeritud mobiilile sobivaks

NB! See põlvkond eelistab e-kirju mobiilis avada!

- samas on neil olemas nii nutitelefon kui ipad ja sülearvuti - igal pool peab olema sõbralik kasutajaliides, loetavus jm
- nad on tundlikud esteetilisuse suhtes, kõik peab olema ilus!

Kuidas kõnetada selle põlvkonna südant?

Füüsiline keskkond, maja disain

- keskkond on neile oluline üsna kitsas tähenduses, ehk töökeskkond peab olema hubane
- keskkonnasäästlikud lahendused
- paindlik ja dünaamiline ruumidisain (võimaldab samal ajal õppida (grupis ja individuaalset), sotsialiseeruda ja lõõgastuda (pesastumine), võimalus mööblit ümber paigutada nende enda vajaduste järgi (teemaruumid)

Mõnusad (rohelised?) laualambid lugemissaalides?

Vaibad, toredad nurgad, pleedid (OK)

*Kõik, mis on **hygge!***

MÕISTED SELGEKS: HYGGE, MÕNUS OLEMINE



ELNET

Väike hygge-raamat : kuidas taanlaste kombel hästi elada

Autor: Wiking, Meik, 1978-

ISBN: 9789949851102 (köites)

[TRÜKIFAIL RR arhiivis DIGAR](#)

Püsilink: [Kopeeri püsilink](#)

[Vaata kirjet e-kataloogis Ester](#)

*Et kõigil oleks inimsõbralik, hubane, hea ja mõnus olla.
Ka hooliv suhtumine on alati hygge!*

Spordivõitluste vaatamine koos sõbraga?

Lugemiskoer, lugemiskass?

Pleedid, kott-toolid?

Jõulutuled väljas ja sees? Päriskuusk?

Mõnus kohtvalgustus?

Kuidas kõnetada selle põlvkonna südant?

Hästi oluline, et nende tegevus aitaks muuta maailma paremaks paigaks.

*Kuidas raamatukogu saab nende silmis muuta maailma paremaks, kas raamatukogu(hoidja) on kangelane?
Raamatukogu kui influencer: Youtube, Instagram jne,
näidata rohkem töötajaid, kes on kogu raamatukogu ja selle tegevuse taga?*

Ikigai



YES, I NEED A LIBRARIAN

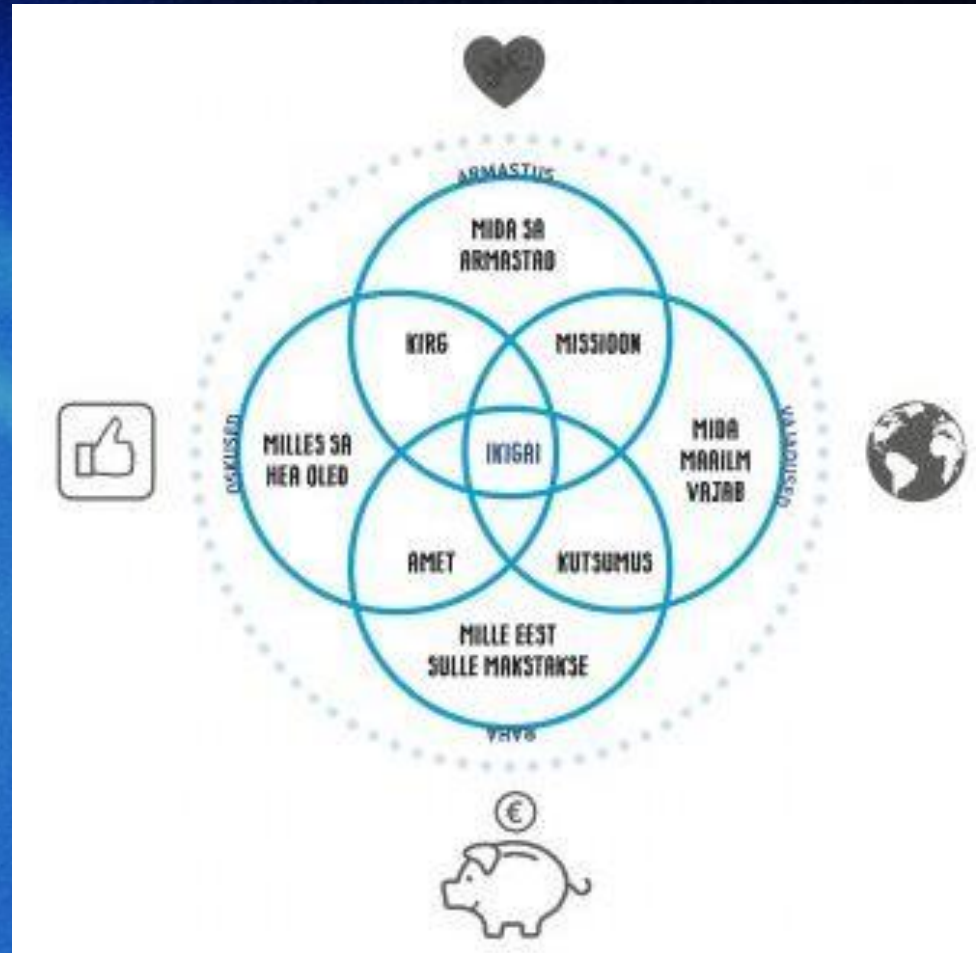
MÕISTED SELGEKS: IKIGAI, ELUMÕTE

iki – elu

gai – väärtus, vajalikkus

See, mis on väärt elamist ehk see, mis annab elule tähenduse ja mõtte, see, mis tekitab soovi elada, annab energiat ja paneb tegutsema.

joonmedia.com



MÕISTED SELGEKS: IKIGAI

- Kas Sa teed midagi, mida Sa armastad?*
- Kas Sa teed midagi, mida maailm vajab?*
- Kas Sa teed midagi, mida Sa oskad hästi?*
- Kas Sa teed midagi, mille eest Sulle tasutakse/Sind tunnustatakse?*

Mida arvad Sina?

Nt küsida Zuumerite arvamust nende ikigai kohta?

Meie sotsiaalmeedia, eriti Facebookis, on sündmuste põhine.

Me nii harva küsime lugejatelt küsimusi maailmast, elust ja armastusest...

Kuidas kõnetada selle põlvkonna südant?

Raamatukogu kui bränd, raamatukogu maine

Generatsioon Z otsib mõtestatud brände, kes püüavad maailma muuta või läbi viia mõnda muutust.

Soov teha midagi tähendusrikast!

Kas meie arengukavas sõnastatud väärtused ja Zuumerite omad on sarnased?



Zuumerite eripärad

Generatsioon, mis mõtleb palju tervisele. Eelistavad tarbida orgaanilisi ja kohaliku päritolu toiduained. Kofeiiniga joogid nagu Coca-Cola ja Pepsi asenduvad nende menüüs gurmees kohviga.

Kas raamatukogu võib saada tuntud kohaks, kus on linnas parim kohv?

Kas meil võiks tegutseda kohvi ja raamatu gurmaanide klubi?.. :-)

Fika!

MÕISTED SELGEKS: FIKA

Fika – õdus kohvipaus, sügavam tähendus on kohvinauding ja sotsiaalse suhtlemise vorm, kvaliteediaeg.

Oskus väikestest asjadest rõõmu tunda, samuti ilma süümepiinadeta aeg maha võtta.

Keelefika?

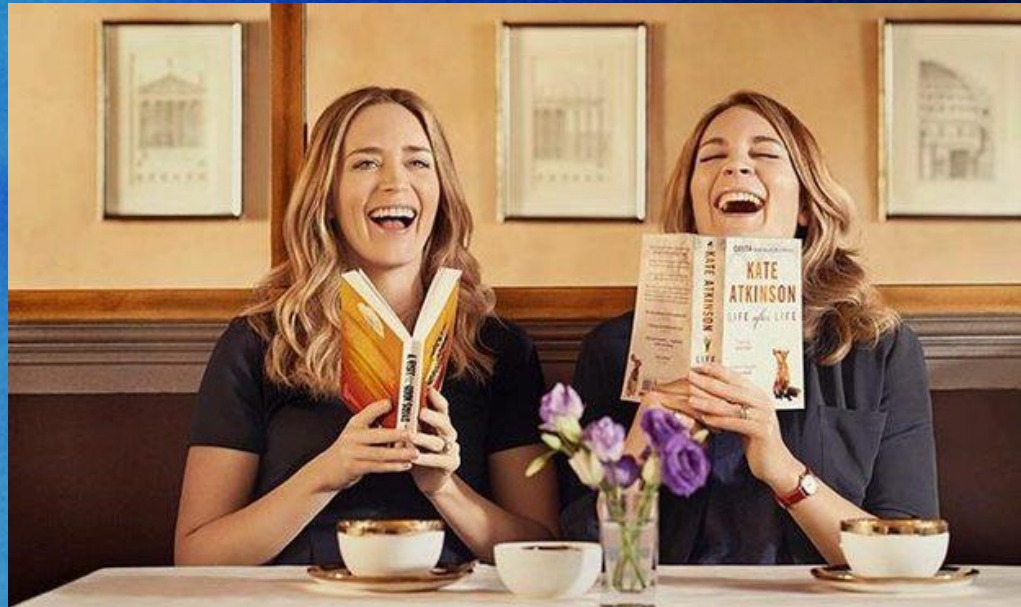
Sõbrapäeva fika?



Mida huvitavat meeles pidada?

Ärme unustame neid olulisi märksõnu, sest uue põlvkonna esindajaid paelub:

öko
hygge
ikigai
fika



Alfa-generatsioon: 2013-2025

- neid eristab kõrgendatud eneseväärikuse tunne juba varakult ja nad suhtlevad vanematega samal tasemel
- nad on teadlikud ja pädevad paljudes küsimustes, mis veel 10 aastat tagasi ei kuulunud laste tajumisele
- see on paljutõotav põlvkond, kes suure tõenäosusega viib meie maailma edasi!



Nad tulevad ülikooli alates 2032. aastast.
Kolleegid-Milleniaalid ja -Zuumerid, olge valmis!



Aitäh huvi ja tähelepanu eest!

olga.einasto@ut.ee