

# PROVOCĂRILE GENERAȚIEI MILLENNIALS PENTRU BIBLIOTECA MUNICIPALĂ „B.P. HASDEU”

Mariana HARJEVSCHI,  
director general, BM „B.P. Hasdeu”

## Abstract

*The article describes the new libraries' challenges considering users. As public institutions libraries continue to be as anchors in the community, the library users are major drivers to innovations. Author describes how the Millennial Generation, as consumes and as potential library staff members interact and engage with information resources and personnel in a multiplicity of ways, at any time, in any location a specific approach should be developed on institutional level.*

**Keywords:** libraries, library services, library users, millenials.

\* \* \*

## Despre „generation gap”

Auzim deseori expresia „*generation gap*” (prăpastia dintre generații). Noi, bibliotecarii, ca membri ai unei echipe care întrunește mai multe generații, alături suntem pentru a oferi informații diverse: generații de utilizatori și e util să cunoaștem acele diferențe care țin, în mod special, de contextul în care acestea vizitează sau beneficiază de serviciile bibliotecii. Astfel, ceea ce ne apropie, dar ne și deosebește poate fi foarte important, mai ales, pentru a avea relații bune atât la locul de muncă, cât și la prestarea serviciilor pentru acest grup-țintă. Studii în literatura de specialitate care s-ar ocupa cu prisoșință de acest subiect nu prea sunt, decât că abundă poate în articole cu privire la

preferințele de lectură, strategiile de căutare etc. Dar acceptăm că bibliotecile sunt influențate de comportamentul și abordarea acestora în cariera în sine sau prin prestarea de servicii.

Conflictul între generații este conflictul între vechi și nou, între atașamentul pentru păstrarea tradițiilor, pe de o parte, și deschiderea la schimbare, la nou, pe de altă parte, între frică, dar și încrederea în viitor. Generația părinților și a bibliotecarilor dorește să conserve ceea ce a dezvoltat, dar să și asigure continuitatea unui mod de viață sau activitate în care a investit afectiv enorm.

## Definiții ale Generației Millennials. Cine sunt reprezentanții ei?

Autorii William Strauss și Neil Howe au scris despre *generația Millennials* în cartea intitulată *Millennials Rising: The Next Great Generation*, și au remarcat că „cei născuți în jurul anului 1982 ca fiind primii care potențial au o legătură cu anul milenar 2000” sunt propriu-zis Generația Millennials. Potrivit unor cercetări similare mai multe denumiri alternative pentru acest grup au fost propuse: Generation We, Global Generation, Next Generation, Generația Mileniului sau Generația Y. Uneori, Millennials, este numită și generația Boomers Echo, care în mod direct sau colateral se referă la dimensiunea generației față de generația baby Boomer. Generația numită *millennials* este cohorta demografic următoarea a

Generației X. Nu există date precise atunci când propriu-zis începe și se termină o generație. Cercetătorii și comentarii folosesc ca ani de naștere începutul anilor 1980 până la începutul anilor 2000. Astfel, persoanele au în prezent vârsta cuprinsă între 18 și 34 de ani.

### **Caracteristici ale generației Millennials. Cum sunt?**

Membrii Generației Millennials sunt tinerii născuți într-un context favorabil și un mediu mai avantajos față de generațiile anterioare. Aceștia dețin acces la toate experiențele și lucrurile pe care părinții lor și le-au dorit (cei din *Generația Boom*, sau *Generația X*): călătorii, gadgeturi, informații fără limite. De aceea, sunt, în general, mult mai libertini, dezinvolți, mai conectați la visele lor și cu o dorință mai mare de libertate. Generația Millennials ignoră limitele și deseori le e mai puțin teamă de consecințe, pentru că trăiesc cu percepția că ceea ce îi înconjoară le oferă multiple posibilități. Dacă Generația X a obținut competențe informatice prin studii pentru a se încadra în cadrul muncii, generația Millennials a crescut cu o serie de dispozitive – de la jocuri pe console, computere, smartphone-uri, e-readere sau tablete. Ei citesc electronic, scriu mesaje, privesc video, creează bloguri, dezvoltă fotografii, interoghează și asimilează date în diverse formate. Autorii William Strauss și Neil Howe prezic că aceștia dețin un puternic sentiment de comunitate, atât la nivel local, cât și la nivel mondial, integrând și comunicând electronic.

### **Provocările ambelor părți. Cum percep bibliotecarii și cum acționează utilizatorii Millennials?**

Mediul ideal pentru cei din această generație este unul care le permite să fie responsabili în întregime de anumite activități și proiecte. Unii psihologi, consideră,

că membrii generației Millennials au așteptarea ca, atunci când li se spune „nu se poate”, să li se explice de ce și să li se ofere argumente. Vor să fie informați, să comunice și să contribuie în egală măsură. Mai mult, nu acceptă să se simtă doar niște instrumente organizaționale – de aceea, evită să colaboreze dacă nu știu și nu au un scop mai mare la nivel instituțional. În mediul instituțional, cei din Generația Millennials au o percepție de sine pozitivă, sunt deschiși la informație. Chiar dacă această atitudine îi pune, uneori, în conflict cu colegii lor cu o experiență profesională mai mare, Millennials nu au ca repere nici ierarhia, nici vârsta. Mottoul care îi descrie perfect este: „Nu contează cât de lung am părul, important e cât și cum gândesc.”

Valorile lor sunt, mai degrabă, progresul, succesul, expertiza și confortul. Mentalitatea care îi caracterizează este: „Eu sunt valoros, eu pot, eu merit și îmi doresc să am succes.” Generația Millennials este o generație „însetată” de cunoaștere, dornică de afirmare și evoluție pe toate planurile. În acest context, provocările cu care se confruntă generația Millennials totuși rămân a fi: 1) cred că nu sunt luați în serios; 2) nu le place ca deciziile lor să fie criticate ulterior; 3) tind să nu reacționeze bine atunci când un proiect de anvergură sau o inițiativă solicitantă pe care au pus-o în practică este descalificată.

Dacă analizăm cealaltă parte a monedei, mediul organizațional are, la rândul său, o serie de provocări atunci când vine vorba de integrarea și motivarea membrilor Generației Millennials. Organizațiile își doresc dedicație și angajament total, astfel acestea se bucură să angajeze Millennials, pentru că apreciază energia și inițiativa lor. Pe de altă parte, Millennials valorizează foarte mult timpul personal și nu sunt dispuși să ofere pe tavă dedicarea și energia lor. Atunci când structurile organizaționale se așteaptă ca aceste lucruri să

vină de la sine, e posibil să fie dezamăgite. Millennials sunt selectivi cu atenția și implicarea lor. Ei trebuie câștigați, nu lu-ați ca atare. Concomitent, teoreticienii au observat că organizațiile au tendința de a nu asculta suficient angajații. În acest context, Millennials trebuie să fie tratați diferit, deoarece au crescut într-un mediu în care au avut parte de ascultare, atenție și explicații. De aceea, ei sunt obișnuiți și se așteaptă să primească aceleași lucruri și în mediul organizațional și profesional în care activează. Pe de altă parte, organizațiile nesusizând uneori această nevoie și, pentru că timpul e scurt, iar procesele complicate, omit să declare explicit fiecare mișcare. Fără rele intenții, organizațiile, în ritmul rapid, de lucru, cer mai degrabă adaptarea la situație.

Mai multe studii relevă faptul că, în ciuda contextului economic actual dificil, fragil și instabil, tinerii din ziua de azi se consideră fericiți și consideră acest lucru mult mai important decât bunăstarea materială. Ei își văd viitorul ca fiind mult mai puțin sigur decât cel al părinților lor, sunt conștienți de faptul ca trăiesc într-o lume extrem de competitivă și că pentru a avea succes trebuie să lupte, dar nu consideră acest lucru o amenințare, dimpotrivă, privesc viitorul cu optimism și încredere, vă-zându-l plin de șanse incitante.

### **Relația Millennials în organizații. Cum o gestionăm?**

Cum să gestionăm relația cu reprezentanții Millennials în așa fel încât să se simtă bine într-o organizație? E necesar să avem programe de angajare dezvoltate în mod special pentru ei, prin care să li se explice istoria, tradiția și procesele din interiorul instituției. E nevoie de un nou tip de dialog, de un nou tip de parteneriat. Odată ce Millennials înțeleg ce se întâmplă, ei pot contamina întreaga organizație și o pot schimba în bine.

Dar trebuie de înțeles că de pe ambele părți, greșelile pot să apară. Fie că Millennials au tendința de a se închide și a renunța la primul lucru care nu se întâmplă așa cum se așteaptă, fie că organizațiile nu știu încă să folosească pe deplin entuziasmul acestora, e important să avem imaginea completă a acestui tablou. Din experiența mea de lucru cu reprezentanții acestei generații, potențialul lor este imens. Ei vorbesc mai mult despre „noi” decât despre „eu, eu, eu” și pot construi durabil împreună cu ceilalți. Millennials sunt cu cea mai nouă provocare a organizațiilor astăzi și, înainte de orice, e important să știm cum să ne raportăm la ei, ce îi motivează.

Totuși, din experiența colaborării cu persoane din această generație, pot afirma că au o capacitate ridicată de a se integra într-un nou colectiv. Relaționează ușor cu persoane din aceeași generație. Mai rar caută mentori care să îi ajute să evolueze. Caută noi experiențe de învățare. Au nevoie de feedback pentru munca depusă întru a crește profesional. Un aspect ce trebuie menționat este acela că această generație a înțeles importanta brandingului personal – și se preocupă de el fiind activi pe Social Media-Blog, Facebook, Twitter, MySpace etc. Aceasta poate fi o mare achiziție pentru organizații care pun accentul pe mediul electronic.

Spre deosebire de generațiile anterioare, adepte ale principiului „o funcție pentru toată viața”, Millennials se văd evoluând în carieră pas cu pas, trecând prin poziții succesive în care se vor implica cu tot potențialul lor creativ și pe care vor fi nevoiți să le aleagă cu responsabilitate pentru a-și asigura succesul. În viziunea lor succesul este definit mai mult de împlinirile personale, pentru ei un serviciu bun te face fericit, îți oferă contextul potrivit pentru a te dezvolta din punct de vedere profesional și nu este neapărat jobul cel mai bine plătit. Astfel, ei se arată dornici

să înfrunte viitorul, cu o atitudine pozitivă, arătându-se atrași de multitudinea de șanse care se vor așterne înaintea lor.

Contrar așteptărilor unor psihologi, acești tineri pun foarte mare preț pe valorile familiale, pe satisfacția pe care aparținerea la o familie armonioasă o poate aduce. Spun și contrar așteptărilor mele, deoarece credeam că „era digitală”, în care cresc, i-a făcut mai individualiști și mai concentrați pe propria persoană decât generațiile predigitale. Se pare că m-am înșelat, și asta mă bucură. Nu în ultimul rând, Millennials au o „gândire eco”, fiind marcați de problemele legate de resursele naturale și de protejarea mediului, care devin din ce în ce mai acute și cu impact determinat asupra viitorului planetei. Își doresc, cu siguranță, o dezvoltare tehnologică în folosul omenirii, care să-și pună amprenta pe calitatea vieții lor, dar nu vor un viitor dominat de roboți – pentru ei relațiile interumane sunt foarte importante și rămân primordiale. După părerea mea, percepția generației Millennials aduce o rază de soare pe cerul anului 2020, iar pentru noi toți speranța unui viitor senin, a unei vieți cu responsabilitate pe o planetă încă verde.

### **Totuși sunt și provocări pentru această generație de angajați?**

De când au devenit conștienți și până în prezent, cei din generația Millennials s-au obișnuit să fie ghidați, să li se explice, să fie antrenați. Și au aceleași așteptări și de la angajatori. Lucrurile stau însă diferit, pentru că angajatorul plătește un salariu lunar, iar costurile de perfecționare, de instruire și de dezvoltare profesională nu se justifică la infinit. Preferă să lucreze cu oameni care deja știu ceea ce au de făcut și să nu mai investească în nenumărate sesiuni de pregătire. Flexibilitatea programului este una dintre cerințele standard ale acestei generații. Ceea ce nu ar fi o problemă,

dacă nu ar cere-o în mod repetat și pe un ton vădit deranjat. Angajatorii sunt sături să își privească angajații ca fiind parteneri și să încerce mereu să afle când și unde ar avea chef oamenii din subordine să lucreze. Problema nu este atât încercarea perpetuă de a modifica programul de lucru, cât atitudinea acestora față de angajator.

Nu în ultimul rând, angajatorii au obosit să încerce să îi facă fericiți. Pentru generația Millennials, locul de muncă trebuie să fie acest „loc cool și distractiv” unde se duc. Dincolo de perspectiva lor asupra carierei și a dezvoltării personale, pentru un Millennials, la serviciu, trebuie să existe și mâncare sănătoasă, și sală de jocuri, și abonament la sala de sport, și petreceri și dezvoltarea relațiilor în echipă, orice îi face fericiți. Angajatorii și-ar dori ca tinerii din generația aceasta să își găsească și motivația intrinsecă de a veni la serviciu, dincolo de eforturile companiei de a-i ține prezenți și entuziaști. Problema vine din confuzia tinerilor cu privire la ce carieră au ales și din greșeala pe care o fac foarte mulți de a arunca vina pentru nemulțumirea lor pe angajator, fără să încerce să își explice nimic legat de propria lor persoană.

### **Utilizatorii Millennials. Cu ei ce facem?**

Așa cum menționam, tinerii născuți la începutul anilor '80 ai secolului trecut, botezați generația Millennials, sunt cei care vor sparge rutina de pe piața muncii. Ei sunt supranumiți și „copiii trofeu”, și pentru că părinții lor i-au dat la sporturi și cursuri artistice și au așteptat de la ei performanțe. Dezvoltarea tehnologică și extinderea libertăților individuale le-au modelat atitudinea față de viață. Aceștia și-au creat conceptul de fericire pe baza unui cumul de factori, care se pot împărți în două categorii cheie: libertatea și controlul, susțin psihologii. Domeniile în care generația Millennials își va căuta drumul profesional

țin de una din trăsăturile de personalitate caracteristice lor: pragmatismul. Acesta îi determină să aleagă să studieze și să performeze cu precădere în domenii cum ar fi finanțe, inginerie, afaceri, apoi cele definite de gestiunea relațiilor umane (resurse umane, drept, consultanță) și, mai puțin, în aria socioumană. Ei au ajuns deci la maturitate în acest mileniu, ca nativi digitali, complet obișnuiți cu tehnologia. Faptul că cineva este născut în această perioadă nu înseamnă că împrumută în totalitate caracteristicile sale, dar sociologii sunt în general de acord asupra unor trăsături comune: interesul pentru tehnologie, soarta globului din punct de vedere ecologic, nedreptățile sociale și transformarea vieții politice.

Oamenii de știință descriu Generația Millennials ca „nativi digitali”, o generație de utilizatori de bibliotecă, care sunt, de asemenea, nomazi, multitasking, experimentali, deschiși spre colaborare, integrare, adaptare. Ei procesează informațiile într-un mod fundamental diferit de predecesorii lor și sunt neinspirăți de abilitățile tehnice ale educatorilor lor.

Bibliotecarii, prin urmare, au remarcat o scădere a cererii pentru solicitările sau serviciile de referință tradiționale și un rol în expansiune ca educatori și instructori centrați pe client. Utilizatorii îi percep ca o sursă de sprijin procedural sau direcțional mai puțin cunoscători ai unui domeniu de specialitate și experți pe un subiect. E un adevăr care confirmă astăzi că bibliotecarii sunt axați pe furnizarea de informații de alfabetizare și cultura informației, crearea și menținerea resurselor electronice, oferind spații de învățare de calitate, dezvoltarea de metadata, crearea materialelor digitale, digitizarea materialelor de arhivă. Dar bibliotecarii trebuie să îmbrățișeze rolul lor la fel în mod creativ care s-ar potrivi cu stilurile de învățare ale Millennials.

Autorii Holliday și Li notează că Generația Millennials optează atât pentru mo-

toarele de căutare comerciale, cât și cele de căutare tradițional avansate. Millennials sunt încrezători, și într-o mare măsură eficienți, în selectarea resurselor web de înaltă calitate, ei sunt consumatori versași care pot comuta instantaneu între motoarele de căutare, site-uri comerciale, rețele de socializare, inclusiv resurse și servicii electronice oferite de biblioteca lor pentru a-și satisface nevoile lor de informare. Autorul Connaway spune că cataloagele bibliotecilor trebuie să fie mai ușor de utilizat și cu o serie de metode și acces, iar confidențialitatea nu pare a fi la fel de mult o preocupare. Ei definesc problemele de confidențialitate în termenii lor și sunt mai degajați în mediul electronic. Millennials, de asemenea, tind să fie foarte confortabili în partajarea informației lor personale mai degrabă în mediul on-line. Aceștia doresc, de asemenea, informații personalizate sau să dețină mecanisme prin care să poată face ca lucrurile să fie manipulate pentru a obține informații conform nevoilor lor sau cererea să fie obținută direct de la furnizorii de servicii.

Generația Millennials are unele asemănări cu generațiile precedente, dar noile tehnologii și mass-media sunt ceea ce o fac să fie distinctă. Aceste schimbări de generații au multe efecte asupra societății în general, ceea ce înseamnă că există profunde schimbări care au loc pe piața muncii. În cadrul domeniului biblioteconomic Generația Millennials cauzează o schimbare dramatică a felului cum bibliotecarii se ocupă de noile tehnologii, ce efecte profunde aduc în viitorul profesiei și, desigur, acestea schimbă modul în care bibliotecile reflectă nevoile societății de informații în viitor. Deci, să ne înțelegem.

### Referințe bibliografice

1. Barbu, Petre. *Pentru generația Millennials fericea constă în libertate și control*. Disponibil: <http://www.forbes.ro/pentru-generatia-mi>