

## **Generációk és változások...**

(Tari Annamária klinikai szakpszichológus, pszichoterapeuta, pszichoanalitikus.)

X, Y, Z – a szociálpszichológiában és a szociológiában különböző mikrogenerációk jelölésére szolgálnak. Az 1962 és 1979 közöttiek az X, a 1982-1994-ösök az Y, az 1995 után születettek pedig már a Z generáció tagjai. A betűkkel jelölt generációk előtti utolsó generáció a hajdani „nagygeneráció”, a második világháború utáni baby boom idején, 1946 és 1962 között születettek, amely korcsoport tagjai mostanában érik el a nyugdíjkorhatárt, a náluk is idősebbek pedig a „veterán” vagy „építő” generáció tagjai. Ha a szakirodalmat nézzük, azt találjuk: ahány kutató, annyiféle felosztás. De valójában nem is az a lényeg, hogy ki mikor született, hanem az, hogy a gyerekkora meghatározó élménye volt-e az online vagy virtuális tér. Igazán éles határ a digitális és a nem digitális generációk között húzódik – máshogy szocializálódtak, más volt a gyerekkoruk, más az értékrendjük. A baby boomerek és az X generáció tagjai gyerekkorukban azt sem tudták, hogy egyszer létezni fog olyan, hogy internet, míg az Y, a Z és az alfa generáció már a webkettes világban nőtt fel – igaz, az Y-ok részben még a könyvespolcok mellett szocializálódtak.

A Z-k nagy része még otthon él, és az Y-ok közül is sokan otthon ragadtak az X generációs szülőkkel. Bár együtt élnek, időnként olyan, mint ha nem egy nyelvet beszélnének – vannak olyan életterületek, amelyek már különböznek. Így sok konfliktus alakulhat ki, mert a mikrogenerációk a párkapcsolatokról és a munkáról is másképp gondolkodnak. A mostani szülők és nagyszülők életében alapelv volt, hogy egy rendes embernek egész életében egy munkahelye van. Az Y generáció tagjai ezzel ellentétben másfél-kétévente munkahelyet váltanak, igyekeznek előrehaladni, nem igazán jellemző rájuk a márkahűség, a lojalitás. Ez pedig furcsa a szülőknek, de a cégvezetőknek is, mert ennek következtében felülíródnak a korábbi szabályok, a kommunikáció, a karriertervezés, a munkaerő megtartása és az egyre fiatalabb ügyfélkör megszerzése terén. Komoly kihívást jelent ma az, hogy egy cég hogyan kezeli a generációk együttműködését, mit tesz azért, hogy a hatékonyság megtartása mellett képes legyen egy új cégekultúrát kialakítani. Sok munkaerő-piaci szereplő látja már, hogy csökkenteni kell a rivalizációs felületeket, mert az X és az Y-Z generáció összehangolása elengedhetetlen.

Az Információs Korban megismertük a kapunyitási pánik kifejezést és a halasztott gyerekkor jelenségét. Ma a digitális generációk egy valós idejű munkaerő-piaci versenyben kell, hogy

részt vegyenek, ami egyáltalán nem könnyű. Akinek kudarcai vannak az elhelyezkedésben, azt élheti át, hogy a felnőtt életében egyszer csak elkezd repedezni az a páncél, amely az énjét védte, és ha még több visszautasítást kap, be is szakad ez a páncél. Mert a „még mindig nincs semmi” a világtól egy olyan üzenet, hogy „helló, te nem kellesz”. Ezt nem egyszerű feldolgozni, mindenképpen lesz valamilyen érzelmi következménye.

Az Y és a Z generációnál – és ez szerintem teljesen érthető – kialakul a dacos szembenállás, azt mondják a kutatók, hogy ez a két generáció betárazza a „nem” választ. Látszólag lezseren állnak a munkához – van, aki valóban, sokan azonban csak próbálják. Vannak olyan amerikai kutatók, akik azt mondják, hogy a munkanélküli fiatalok megtanulták élvezni a dolgot: oké, akkor meghosszabbítom a szabadságomat két-három-négy évvel. Amíg van pénze, költi, amíg tud szerezni, költi. De ez az érzelmi helyzet közben persze erőteljes szorongással járhat, hiszen aki egy kicsit is előre gondolkodik, rájöhet arra, hogy ezek az évek később, mondjuk tizenöt év múlva, amikor majd visszatekint, nagyon fognak hiányozni.

Sokan járnak abban a cipőben, ami egyfajta „bolyongás” az életcélok között. Adott egy pályakezdő, akinek van diplomája, tud idegen nyelveken, most jött vissza az Erasmusról, elvileg tehát jól néz ki az élete, mégis otthon ül, és az asszisztensi állásokat nézegeti – ez sok esetben tipikusan azoknak az embereknek a munkaköre, akik még nem tudják, merre tovább. Ilyen helyzetben – érthető módon – egy szülő azt gondolja, hogy ha nincs „A” munka, akkor keresni kell egy „B”-t, és csinálni kell azt, mert dolgozni kell valamit. Próbál segíteni a gyerekének, de ha ő már lejjebb is tenné átmenetileg a lécet, a friss diplomás gyereke – mindegy, milyen szakos – azt fogja válaszolni, hogy ne már, én nem megyek.

Az X generációs szülő egy hónap múlva már ott sütné a krumplit ahol lehet, mert más értékrendje van, úgy gondolkodik, hogy pénzt kell keresni, mert a családot el kell tartani. Az Y generáció – a Z és előrejelzések szerint majd az alfa is – inkább kivár. Akár másfél-két évet is. Az X generáció dolgozni akar, az Y már személyes karriert építeni, a Z pedig sikert szeretne. Ez a fajta munkával szembeni attitűd az Y és a Z generációnál lélektani szempontból infantilisabbnak látszik, mint a szülők fiatalkorában megszokott volt: miközben felnőtt életelveket hangoztatva nem vállalnak el egy értékcsökkentnek tartott munkát, fenntartják a gyerekpozíciójukat a családban, el kell őket tartani. Ezt a szülők nagyon nehezen tudják elfogadni, számukra a felnőtttség mást jelentett annak idején. Egyébként paradox módon, a fiatal generációk sok mindent nagyon jól látnak. Jó munkát szeretnének, elfogadó

környezetet, normális fizetést és munkaidőt, egyensúlyban szeretnék tartani a munkát és a magánéletet. Ezek mind fontos és jó elvek, ugyanakkor az Y-ok és a Z-k az ide vezető utat megpróbálják lerövidíteni. A kutatások nagy része ma azt állapítja meg, hogy csökkent az erőfeszítések szeretete és a kitartás nem szívesen vállalt érzelmi élmény.

Úgy tűnik, hogy világszerte az erőfeszítések szeretetét valahogy nem tudták átadni a szülők, ez az érzelmi muníció nem ment át. Pedig ma egy sokkal keményebb világban kell, hogy helytálljanak, mint annak idején a felmenőiknek.

Mindannyian elfogadtuk, hogy a fogyasztói társadalom és az Információs Kor együttesen komoly versenyt diktál, amiben nem nagyon lehet lemaradni, mert az a kimaradással fenyeget. Aki lassít vagy érzélgőssé válva puha és elfogadó közeget keres, rossz tapasztalatokat szerezhet az életében. A mai diákok – tulajdonképpen bármely iskolatípusban – egyre inkább azt látják, hogy a verseny kiélezett, nincs kímélet, harcolni kell. Ahogy az Y generáció tagjai már harcolnak a munkahelyeiken a jogaikért és a státuszukért, úgy látjuk, hogy az életkorhatár lecsúszott ezen a téren is a középiskola kezdetéig. A mai Z generáció valóban olyan érzelmi közegben él, ami a kíméletlenséget, az érdekvezéreltséget és a kölcsönösség – baráti kapcsolatok átmeneti feladásával megszerezhető eredményeket jutalmazza.

A munkahelyeken minden X generációs kolléga lehet ellenség, de – jó együttműködés esetén – egy igazi jó partner. Nincs annál jobb, ha a generációk össze tudnak fogni, összeadják kinek mije van, az idősebb a tapasztalatát, a fiatalabb az új szakmai tudását. Így soha nem tapasztalt sikerességet élhetnek át...