

STEIGERVALD KRISZTIÁN

GENERÁCIÓK HARCA

HOGYAN ÉRTSÜK
MEG EGYMÁST?



PARTVONAL

Generációk harca – Hogyan értsük meg egymást?

Steigervald Krisztián

Partvonal (2020)

Címke: Ismeretterjesztő, Önismeret, Társadalomtudomány

„Önismeret nélkül ma már nehéz elképzelni az életünket. Ahogyan szeretnénk tisztában lenni saját belső folyamatainkkal, ugyanúgy igényünk van arra is, hogy értsük a másik ember motivációit, mozgatórugóit. Steigervald Krisztián abban segít nekünk, hogy eligazodjunk a különböző generációk világában, hogy szüleink, nagyszüleink vagy éppen gyerekeink és unokáink ne furcsa idegenek legyenek.”

Orvos-Tóth Noémi

STEIGERVALD KRISZTIÁN évek óta tart előadásokat arról, milyen történelmi, technológiai és kulturális események hatására változtunk meg az utóbbi csaknem száz évben: hogyan hatottak az egyes korszakok a gondolkodásunkra és világlátásunkra, miért alakultak ki ebből a különböző (veterán-, baby boomer, X, Y, Z és alfa-) generációk, melyiknek milyen jellegzetességei vannak, miképpen viszonyulnak egymáshoz, és hogyan érthetnék meg egymást ezek tagjai a jobb együttműködés érdekében – egy sikeresebb, boldogabb élet reményében.

Generációk harca című könyvének legfontosabb célja, hogy letisztítsa a generációkról az igaztalan sztereotípiákat, valamint feltárja értékeiket. Így mindenki felismerheti a saját generációs korlátait, és a nemzedékek között dúló csatározások helyett képesek leszünk magunkat kívülről szemlélni, másokat megérteni – vagy akár nevetni is azokon a szituációkon, amikor csupán a generációnk beszélt belőlünk...

„Az eltelt évszázadok során csupán minimális különbségek voltak megfigyelhetők az egyes generációk megélésében. Az elmúlt ötven-hatvan évben viszont rohamtempóban változott meg szinte minden: az élet várható hossza, a társadalom korösszetétele, a jövőkép, a kommunikáció – s így például a tisztelet – fogalma, a várakozás jelentése, az agy leterheltsége, és még sorolhatnám. Érdekes megismerni, alaposabban feltérképezni ennek az átalakulási folyamatnak a mibenlétét és az egyes korcsoportokra gyakorolt hatását, mert enélkül csak azt látjuk, hogy nem az van, ami eddig volt – és ez feszültséghez vezet. Az ismeret viszont megértéshez és elfogadáshoz. Ennek a könyvnek ez a célja.”

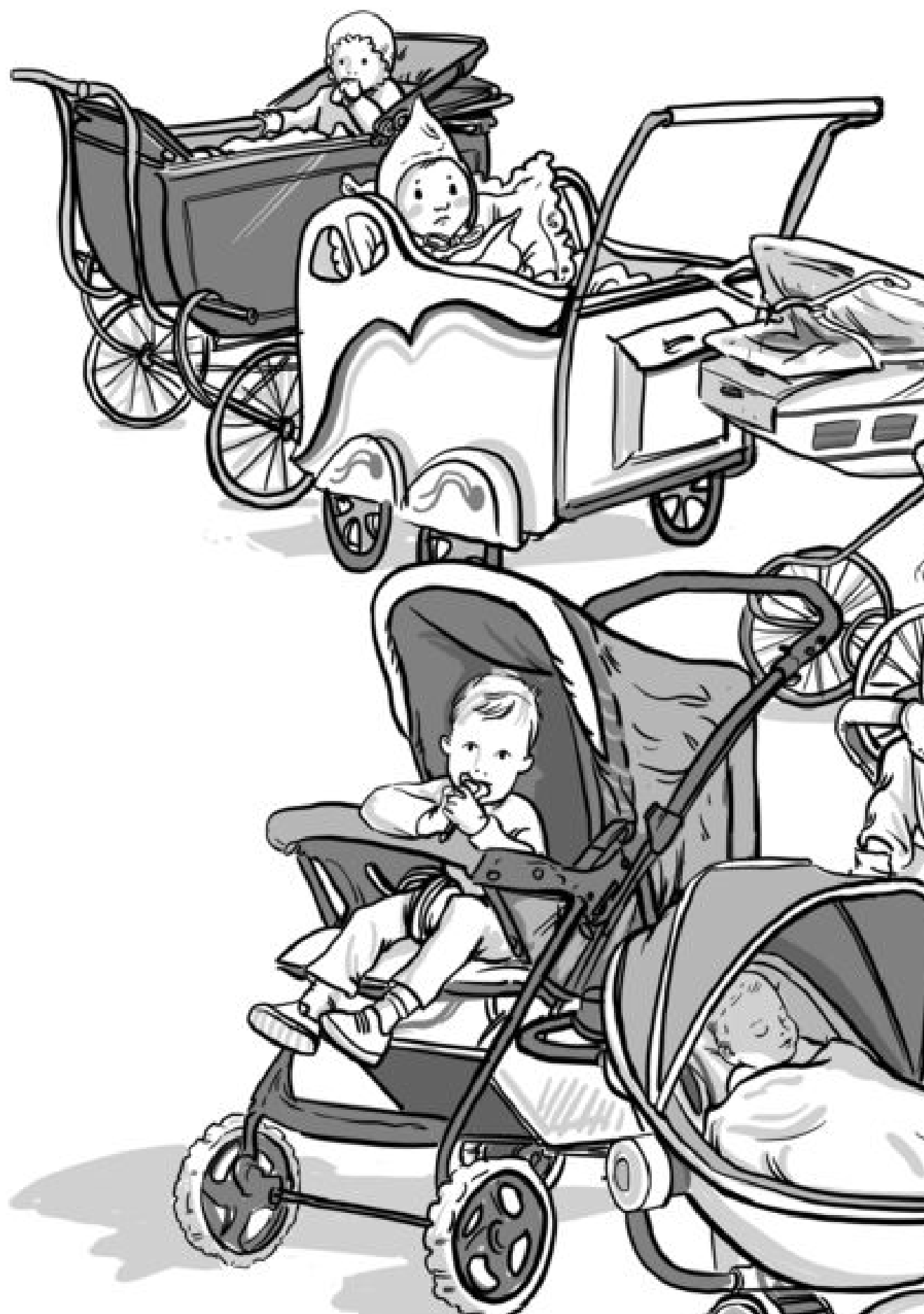
Steigervald Krisztián

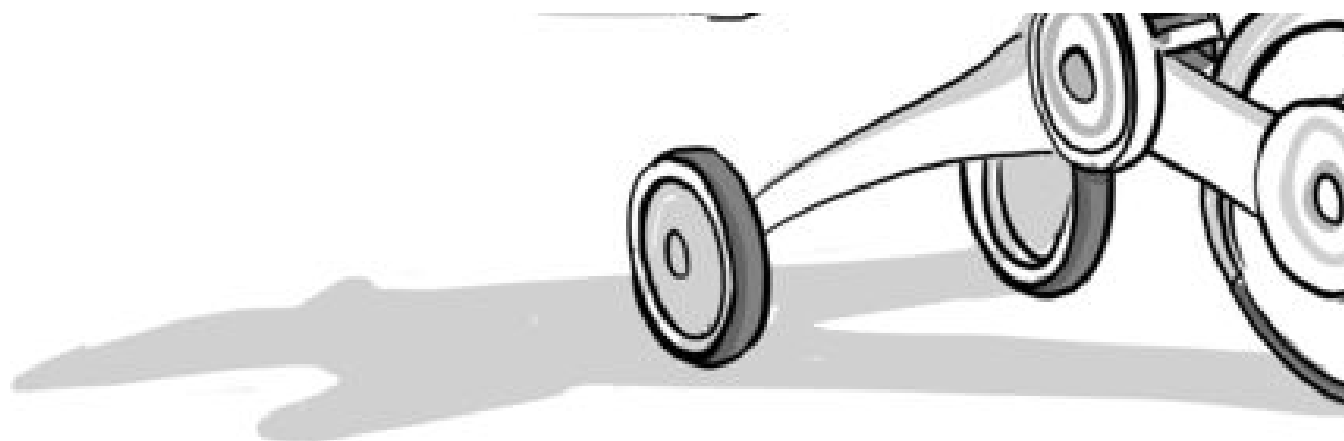
STEIGERVALD KRISZTIÁN a múlt évezred legvégén, 1999-ben szerezte meg közgazdász diplomáját. Huszonöt évnyi „vidéki” lét után költözött Budapestre, ahol nyolc évig egy nemzetközi piackutató cégnél dolgozott több pozícióban is. Ez idő alatt kezdte meg pszichológiai tanulmányait. A generációk kutatásával húsz éve, szülői, pedagógusi, vezetői, céges workshopokkal, tréningekkel öt éve foglalkozik.

STEIGERVALD

GENERAL
HARCA

*Feleségemnek,
aki megajándékozott az életem két legnagyobb csodájával
Szüleimnek,
akik megajándékoztak az életemmel*





ELŐSZÓ, AVAGY MIÉRT AKARTAM MEGÍRNI EZT A KÖNYVET?

„Ami most van, a mai szülők hibája! Nem lett volna szabad a gyerekekkel ennyire megengedően bánni, meg mobiltelefonnal nevelni őket, meg mindent megbocsátani nekik!”

Efféle mondatok hangzottak el a minap néhány olyan felnőtt szájából, akiknek – mint később kiderült – vagy nem volt gyermekük, vagy már felnőttek a srácaik, és önálló életet élnek.

És ekkor elmeséltem nekik, hogy miket hallottam néhány nyolcvan-kilencven éves nénitől és bácsitól a mélyinterjúkon, akik szerint a mostani hatvan-hetvenesek hibája, hogy így megcsúszott a világ – mert megengedték a gyerekeiknek, hogy tegezzék őket (sőt, micsoda skandalum, még a nagyszüleiket is!), s ezzel felborult minden korábbi, az idősebbek feltétel nélküli tiszteletére épülő rend és struktúra.

És megosztottam velük a tapasztalataimat mai negyvenesekről, akik szomorúan emlékeztek vissza a gyerekkorukra, arra, hogy őket a szüleik sosem ölelték meg, sosem mondták nekik, hogy „szeretlek”. És azokról a mai fiatalokról is beszéltem, akikkel fókuszcsoportokon találkoztam, és akiknek ugyan alig van céljuk vagy jövőképük ebben a világban, ám szinte mindegyiknek a példaképe a saját anyja vagy apja...

Nagyon könnyű bűnbakot találni.

Lehet, hogy nem csupán ma, hanem ez mindig is egyszerű volt. Csakhogy annak a keresése (vagy akár vélt megtalálása), akit hibáztathatunk, sosem vezet igazán megoldásra. Ítéletet lehet hozni – de vajon ettől boldogabbak leszünk? Vajon megértettünk bármit is a történetből? Vajon ettől változik bármi is?

Amikor elkezdtem írni ezt a könyvet, ez volt a célom: a megértés, illetve az ebből származó ahaélményeken keresztül annak a tudatosítása, hogy nem vagyunk hibásak. Hogy senki sem hibás: egyik szülői generáció és egyik gyermeki generáció sem.

Húsz éve kutatom a generációkat: nem pusztán az éppen aktuális fiatalokat, hanem az összes nemzedéket. Ez idő alatt több mint ezer fókuszcsoportot és több ezer interjút ültem végig, s számolatlan kérdőív „ment keresztül” a kezeimen. Ennek a munkának köszönhetően egyedi, holisztikus módon látok rá a társadalmunkra, a kultúránkra, egyéni és társas életünkre, boldogságainkra vagy frusztrációinkra.

És ezekből a felismerésekből született a könyv. Abból, hogy megértettem:

valójában mindegyik generációnak megvan a saját története,

az egyedi, senki másra nem érvényes élménytartománya, sikere és küzdelme, öröme vagy keserősége. Ezen területek feltérképezése segít minket abban, hogy jobban lássuk egymást, és azt, hogy senki sem hibás, hiszen

mindenki a tőle telhető lehető legjobbat nyújtotta.

Véleményem szerint a 20. század egyik legnagyobb generációs (társadalmi) változása, hogy megszületett az első olyan nemzedék, amelyben egyre többen akarták, hogy a gyerekeiknek jobb legyen, mint nekik. Tömegek támogatták az utódaikat, hogy azoknak legyen esélyük kitörni a keretek közül, amelyek addig őket magukat korlátozták. Hogy a gyerekeik ne ugyanazt, ugyanúgy és ugyanott éljék tovább, hanem nekik legyen könnyebb, legyen más, legyen jobb.

És ez merőben új. És mivel új, nincs mihez nyúlni, nincs meg hozzá az eszköztár. Nem volt mintájuk a hatvanas–hetvenes évekbeli szülőknek éppúgy, ahogyan nincs

mintájuk a mai szülőknek sem. Egyikük sem akart rosszat a gyerekének, sőt: a legjobbat akarták.

Az első szülőknek fogalmuk sem volt, hogyan is kellene ezt csinálni. Ezért hibáztak. Utólag könnyű mondani, hogy sokat.

És nem tudják a mostaniak sem, hogy mitévők legyenek. Ezért aztán hibáznak. Könnyű mondani, hogy sokat.

De a céljuk (célunk) az volt, hogy jobbak legyenek (legyünk) a saját szülei(n)knél. Ezért nem tudták (tudjuk) használni az ő egykori eszközeit, módszereiket. Nincs mintánk, nincsenek példák. Folyamatosan ki kell találnia az éppen aktuális anyának, apának, hogy miképpen lehet jó szülő.

Ezt a törekvést éljük folyamatosan, most már lassan ötven-hatvan éve. Évtizedekig, évszázadokig volt egy elfogadott rendszer: ez volt a ló egyik oldala. Aztán átestünk a ló másik oldalára, és most nézünk egymásra, hogy hogyan tovább.

„Nekem volt szerencsém végighallgatni a hat együtt élő generáció jellemzőit, ami mellett, hogy nagyon szórakoztató és tanulságos volt, oda vezetett, hogy azóta más szemmel nézem a saját tíz év alatti gyerekeimet – és azokat a felnőtteket is, akik a »Bezzeg a mi időnkben...«, illetve az »Ezek a mai fiatalok...!« kezdetű mondatokkal jönnek. Már nem tudok senkire sem haragudni. Nem érdemes, mert mindenkinek más a látószöge.” (Komment a Facebookon)

De kellenek ezek a tanulások, hogy végre felülhessünk arra a bizonyos lóra. Ezt úgy nem lehet, hogy nem látjuk a két oldalt. És most már látjuk. Ha az ítélkezés és a bírálat szép lassan kiegészül a megértéssel is, akkor elindultunk a lóval egy közös cél irányába.

Ha ebben segít ez a könyv, már megérte megírni.

BEVEZETŐ

Egy felnőtt férfi durván felpofoz egy tízéves kisfiút a mozgólépcsőn, akinek tizenöt éves testvére a tettes után fut, lefotózza, rögzíti az elkövetés időpontját, majd lefényképezi öccse arcán a nyomot is.

A rendőrség ez alapján tudja megoldani az ügyet, s ők maguk is elismerően nyilatkoznak a tinédzser döbbenetes, korábban nem tapasztalt helyzetfelismeréséről. (Magyarország, Budapest, 2019)

Az elmúlt évszázadban nagyon megváltozott a bennünket körülvevő világ, és megváltoztunk mi magunk is. Száz évvel ezelőtt az emberiség jelentős része a helyi sajtóból informálódott, a lakóhelyén érvényes szokások és szabályok vagy vallási tanítások szerint élt. Az élethez szükséges tudás, a szakmák és a ház körüli munkák, a gyermeknevelés tudománya apáról fiúra, anyáról lányra szállt. A tapasztalat és a tudás ebben a közegben egyet jelentett az életkorral, amitől csak nagyon ritkán – kiugró tehetségek esetében, akkor is inkább a nagyvárosokban, a pezsgő tudományos életben – lehetett eltekinteni.

Az élet alapvetően hierarchikus szabályok köré szerveződött, a hierarchia pedig az életkor köré.

Ezzel mindenki tisztában volt, és ez mindenkire (jó, a többségre) ugyanúgy vonatkozott. Még a hetvenes években is tudtuk, hogy az iskola elvégzése után valahol a munkahelyi tápláléklánc legalján, planktonként fogunk kezdeni, és ha nem csinálunk nagy bajt, szép lassan haladunk majd felfelé. Huszonnyolc éves korunkban kiutalták az első tanácsi lakásunkat, harmincévesen befizettünk az első Wartburgra, amelyet aztán harmincnégy évesen meg is kaptunk. Két-három évente beutalóval eljutottunk a Balatonra, a vállalati SZOT-üdülőbe, és ha nagyon bennfentesek voltunk, akár még a bolgár tengerpartra is.

Ám a dolgok folyamatosan változtak – már ezt megelőzően is. A rádió megjelenése összébbrontotta a világot, az információ mennyisége megnőtt, de az idősebbek tudása sosem kérdőjeleződött meg. Aztán az analóg technológiai forradalom, az autózás és a háztartási eszközök széles körű elterjedése időt és energiát szabadított fel az emberiség számára. Mindez egybeesett a háború után született, a hidegháború fenyegetettségében felnövő fiataloknak azzal a felismerésével, hogy a felmenőik a két egymást követő világéeggel valamit nagyon elrontottak, és a dolgokat másképp kellene csinálni. Azonban az idősebbek tudása még ekkor sem kérdőjeleződött meg.

Erről a bizonyos generációról írta 1976-ban Tom Wolfe, hogy önző, csak magát szem előtt tartó nemzedék. Pedig nem erről volt szó. Sokkal inkább arról, hogy az életkor tiszteletébe vetett egyértelmű, merev hit megtört, miközben a fejlődés és a felszabaduló idő lehetővé tette, hogy az emberek magukkal kezdjenek foglalkozni. Az 1960-as évtized ennek következtében a fiatalok lázadásának a szimbólumává vált a világban. A háborúellenesség, a hippimozgalmak szembefordították egymással nemcsak az idősebb és a fiatalabb generációkat, hanem az egyént és a társadalmat is. Hirtelen eluralkodott az a nézet, hogy

az életet nemcsak leélni és végigdolgozni lehet, hanem élvezni is,

és ezzel el is jutottunk a modern fogyasztói társadalom korába. De az idősebbek tudása még mindig nem kérdőjeleződött meg.

A mozgalmak elcsendesedtek, csakhogy az egyén forradalmát, az élet szeretetét nem lehetett többé a palackba zárni. Az individuum, az én egyre nagyobb szerepet

követelt magának a gondolkodásunkban. A háború után születettek lemondtak arról a jogukról, hogy a gyerekeik magázzák őket, és egészen másképp tekintettek az utódaikra, mint harminc évvel korábban a szüleik őrájuk. A nevelési eszközök közül szépen lassan elkezdett kiszorulni a testi fenyítés, és – mivel jellemzően mindkét szülő munkavállalóvá vált – a gyerek nevelésében nagyobb szerepet kaptak az intézmények, a bölcsődétől a középiskoláig. Mindazonáltal az idősebbek tudása még mindig nem kérdőjeleződött meg.

A hetvenes–nyolcvanas években aztán újabb és újabb csodás eszközök jelentek meg a környezetünkben: a számtalan tévécsatornától a lemezejátszón és a magnón át a walkmanen és a videón keresztül a Nintendóig. Nem lehet nem észrevenni, hogy ezek az eszközök

mindinkább a közösség háttérbe szorulását és az egyén előtérbe kerülését
vonták maguk után.

A tévézés – vagy később a videózás – otthon tartotta a gyerekeket, a walkman lehetővé tette a zene magányos élvezetét, a Nintendo, majd az egyedül játszható számítógépes játékok pedig kiteljesítették ezt a folyamatot. És az idősebbek tudása kezdett megkérdőjeleződni. Bizony, valahol a kilencvenes évek derekán.

Közkeletű vélekedés, hogy az internet és a közösségi média megjelenése miatt megszűnnek a régi, jól bevált emberi kapcsolatok, szerelmek és barátságok, és az orrunk előtt nő fel egy generáció, amelynek a tagjai magányosságra vannak ítélve. Ha kicsit jobban szemügyre vesszük az eszközeinket és a játékaikat, azt látjuk, hogy a nyolcvanas–kilencvenes évtizedek sokkal inkább a magányról, a befelé fordulásról szóltak,

az internet és az eszközök összekapcsolása pedig egy újabb nyitás
embertársaink felé,

csak egy gyökeresen átalakult módon.

A hatvanas, hetvenes, nyolcvanas években mindannyian kívül hordtuk az identitásunkat, hogy megkönnyítsük magunknak az egymásra találást, a közösségformálást, jelet adjunk a világnak a gondolkodásunkról. Mindenkiről lehetett tudni ránézésre, hogy rocker, punk, depeche-es vagy brosos, esetleg bonanzás-e. Ugyanis látszott rajta. Ma sokkal homogénebbül nézünk ki, a különböző divatirányzatokhoz pedig nem tartozik semmiféle ideológiai töltés, egyszerűen így szeretünk öltözködni. Ezzel szemben rengeteg kis közösséget üzemeltetünk magunk körül az interneten. Ráadásul az ezen közösségekhez való tartozás ideje is lerövidül. Legalábbis ki-be ugrálunk belőlük, az éppen aktuális történetnek megfelelően. De hogyan változtunk meg, milyenek is igazából a gyerekeink és az unokáink, és legfőképpen: milyenek vagyunk mi magunk?

Ez a könyv azzal foglalkozik, hogy miféle történelmi, technológiai és kulturális események hatására változtunk meg¹ az utóbbi csaknem száz évben, hogyan hatottak az egyes korszakok a gondolkodásunkra és a világlátásunkra, miért alakultak ki ebből generációk, melyiknek milyen jellegzetességei vannak, miképpen viszonyulnak egymáshoz a nemzedékek tagjai, és hogyan kellene mélyebben megérteniük – azaz megértenünk – egymást a jobb együttműködés érdekében.

Egy sikeresebb, boldogabb élet reményében.

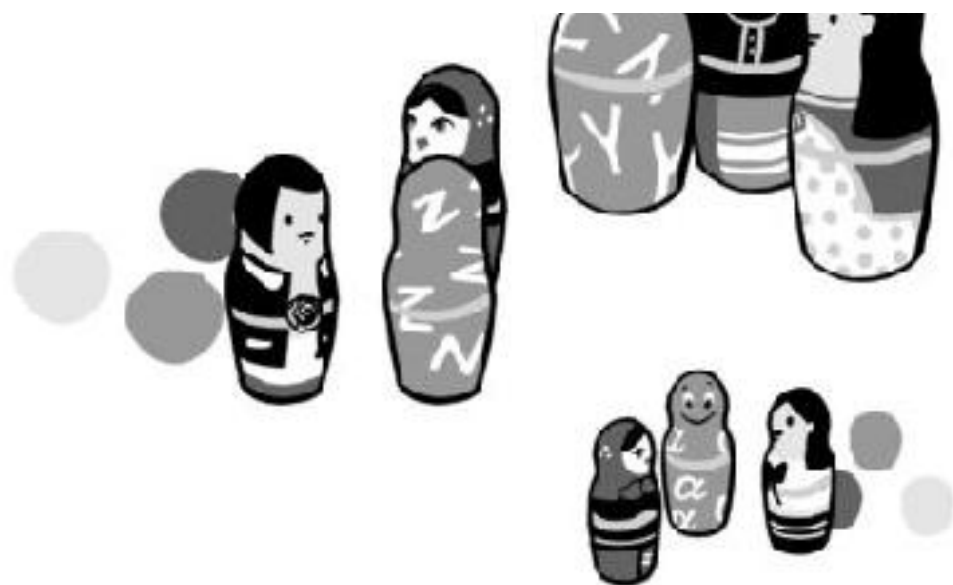
A nyolcéves kislány kicsúszik a síliftből, az apukája alig bírja tartani, látszik, hogy mindjárt lezuhan a 6 méteres magasságból. Tizenhárom-tizennégy éves srácok veszik észre a bajt, pillanatok alatt szereznek a pálya széléről egy hálót, lebontják egy oszlopról a szivacsot, közben még arra is van gondjuk, hogy

beszervezzenek néhány gondtalanul síelő felnőttet a mentéshez, és ezzel megmentik a kisfiút. (Kanada, 2019)

I. RÉSZ
„ÉRTED HARAGSZOM, NEM ELLENED!”







1. NA DE MI IS AZ A GENERÁCIÓZÁS?

Rengeteg előadást tartok. Ezért nem lep meg, amikor – mielőtt bármit is mondhatnék arról, én hogyan értelmezem a generációkat – valaki rögtön azzal nyit, hogy nem hisz a generációkban, tehát nincsenek is generációs különbségek.

Szóval tisztázzuk az elején: szerintem sincsenek. Generációs jegyek vannak, amelyek viszont nem egy-egy korosztályhoz tartozó egyéneket pozicionálnak más korosztályokhoz képest lejjebb vagy feljebb, hanem az adott időszakot határozzák meg a teljes társadalomban. MINDENKINEK az életét. Azzal, hogy 2010 óta elszaporodtak az okoseszközök és az érintőképernyős holmik, az alfagenerációt jellemezzük. De ez nem azt jelenti, hogy csak az alfások használnak ilyen eszközöket. Lassan már az egész bolygó tudja, mi az, hogy okostelefon. Nemcsak digitális kisgyerekek vannak, hanem digitális szülők és digitális nagymamák is. De ettől még az okoseszköz alfagenerációs jelenség, mivel ez a generáció született egy olyan Földre, amely ennyire „be van drótozva”. Nekik ez a normális, míg mi, többiek ebbe a világba belebeletanulunk.

Mást sem hallani mostanában, mint hogy az Y generáció így, a Z úgy viselkedik. Nem figyelnek, folyton a telefonjukat nyomkodják. Előbb vannak elvárásaik, mint hogy letennének valamit az asztalra, ellenben nincsenek baráti kapcsolataik, ennél fogva magányos felnőtt lesz belőlük. De ha mégsem, akkor is minimum boldogtalanságra vannak ítélve. Más megfogalmazásban viszont úgy mozognak a digitális világban, mint hal a vízben, ők a jövő vásárlói, az ő kegyeiket keresi minden valamirevaló kereskedő. Velük szemben állnak az idősebb, X-es és baby boomer generációk, amelyek tagjairól azt gondoljuk, hogy alaposan megdolgoztak mindenért, a társas kapcsolataik kiterjedtek és állandó jellegűek. Ugyanakkor szenvednek, ha valami újat kell tanulniuk, és nehezen mozognak a digitális térben.

Ebben a könyvben arra teszek kísérletet, hogy letisztítsam a generációkról az igaztalan sztereotípiákat, de feltárjam a valóban létező értékeiket. A „generációzás” ugyanis rossz kezekben alapvetően azt a célt szolgálja, hogy egy viszonylag kulturált modellben képesek legyünk magunkat megkülönböztetni másoktól.

Vagyis hogy

szembe tudjuk állítani a „mi”-t a „ti”-vel,

és ennek pozitív, illetve negatív értékeket tulajdonítsunk, jellemzően abban a felállásban, hogy a mi tulajdonságaink jók, a tieitek ellenben rosszak, vagy sehova sem vezetnek. Sajnos nap mint nap jelennek meg olyan cikkek, amelyeknek a szerzői elfelejtik, hogyan nőttek fel az előző generációk fiataljai, és kimondatlanul idealizálják az „akkori” fiatalkort, ütköztetve a „mostani”, elrontott fiataalkorral. Ezzel nem feltétlenül tudok egyetérteni, mivel jó szándékuk ellenére is könnyen árthatnak, bánthatnak, vagy indulatokat szülhetnek. Ennek a könyvnek a célja elsősorban önmagunk megértése, részben tehát kicsit önismereti munka is amellet, hogy feltár néhány évtizedes összefüggést, ahaélményekre invitál, vagy leír olyan dolgokat, amik saját magunktól talán nem jutottak volna az eszünkbe.

Mindemellett azt kell mondanom, hogy generációs jegyek kétségkívül léteznek, a leírásuknak pedig azért van komoly jelentősége, hogy

megértjük – és ennél fogva el is tudjuk fogadni – egymást. Ismétlem:
egymást.

Az a célunk, hogy a lehető legtöbben felismerjük a saját generációs korlátainkat, képesek legyünk kívülről szemlélni vagy akár ki is nevetni magunkat, amikor észrevesszük, hogy egy szituációban nem mi, hanem a generáció beszélt belőlünk.

Ehhez mindenekelőtt azt fontos tisztáznunk, hogy tulajdonképpen mik is azok a generációk, és milyen generációs jegyek jellemzik az egyes korcsoportokba tartozó embereket.





2. ÉLETKORI SAJÁTOSSÁGOK VS. GENERÁCIÓS JEGYEK

Falusi nagyanyám mindig megnyugtatta férfiúi hiúságomat. Mint tudjuk, egy férfi 100 kiló alatt nem férfi, úgyhogy bármikor meglátott, egyből nekem szegezte a „Kisfiam, eszel te rendesen?” kérdést. Mert ennél fontosabb nem volt. És mivel városi voltam, így a rendes étkezés az volt, ha náluk megettem a hatalmas karéj fehér kenyeret vastagon megkenve kacsaszírral, és reggel (pestiek, tessék megkapaszkodni!) a sült vért. És ott megettem. Hogy miért adok a gyerekemnek mégis joghurtot? Jó kérdés...

A legtöbb mai családban ismerjük azt a jelenséget, hogy a nagymamák leginkább az etetésen keresztül fejezik ki a gyermekeik és az unokáik iránti szeretetüket. Előttünk van a kép, amikor megérkezik nagypapa és nagymama, és a táskájukból előkerül a sok süti meg a rántott csirkecomb, továbbá elhangzik az „Egyél, kislányom, olyan soványka vagy!” felszólítás. Viszont az idősebbek nem tutujgatnak. Az érintés, a simogatás, az ölelés sokuk számára idegen, mondhatni, ők nem a testi kontaktusban élik meg, hanem

[inkább sütibe csomagolják a szeretetet.](#)

Ugyancsak mindannyian ismerjük azt a jelenetet, amikor az idősek felsóhajtanak: „Ezek a mai fiatalok...!”, és lemondóan hozzátesznek valamit, ami számukra felfoghatatlan a mai fiatalok viselkedéséből, legyen az egy színes cipőfűző vagy a telefon nyomkodása a vasárnapi ebédnél.

E két viselkedésforma között azonban van egy nagyon jelentős különbség, ami miatt a generációelmélet foglalkozik az előbbivel, de nem foglalkozik az utóbbival. Az etetés mint a szeretet kifejezésének az eszköze kimúlóban van. Már ma is vannak olyan fiatal nagymamák, és hamarosan sokkal több lesz belőlük, akikre ez egyáltalán nem jellemző. Olyanok, akik élvezik a nyugdíjas éveiket, nem zsémbelnek, ha étteremből érkezik a karácsonyi ünnepi menü, sőt az sem kardinális kérdés számukra, hogy otthon ünnepeljen a család – megteszi nekik egy hétvége a wellnessben is. Az etetés mint szeretetnyelv lassan érvényét veszti, a nagymamaságot és a nagypapaságot mint szerepet átveszi egy más korban született csoport.

Ezzel szemben a mai fiatalok emlegetése velünk marad. Ezt mondták a dédszüleink a szüleinknek, ezt mondják a nagyszüleink nekünk és a gyerekeinknek. És ezt mondjuk majd mi is az unokáinknak, egyszerűen azért, mert megöregszünk, és a gyermekeink meg az unokáink mások lesznek, mint mi vagyunk vagy voltunk a magunk idejében. A „Bezzeg a mi időnkben...!” emlegetése tehát velünk marad, feltehetőleg az idők, de legalábbis az emberi faj végezetéig.

Ez a különbség

[az életkori sajátosság és a generációs jegy között.](#)

Az életkori sajátosság arról szól, hogy idősek vagyunk, vagy éppen fiatalok.

A generációs jegy ezzel ellentétben az egy adott intervallumban születettek hasonló gondolkodása és viselkedése. A generációs jegyek sok esetben egy egész életen keresztül meghatározzák ezeknek a csoportoknak – azaz a generációknak – a gondolkodását, míg az előttük vagy utánuk született nemzedékekét nem. Ráadásul akkor sem, amikor utóbbiak majd ugyanabba az életkorba lépnek. Ezzel szemben az életkori sajátosság olyan, mint egy betegség: mindannyiunkat elér egyszer, amikor az adott életkort betöltjük. Pont úgy, ahogy elérte már a szüleinket és a

nagyszüleinket is, sőt minden esély megvan rá, hogy elérje a gyerekeinket is.

Vannak olyan tulajdonságok, amelyekről nehéz eldönteni, hogy életkori sajátosságok vagy generációs jegyek. Ilyen például a „Sapka, sál!” jelenség, vagyis az, hogy a nagymamák rendre túl akarják öltöztetni az unokákat. Csakhogy ez nem kizárólag a nagymamákra igaz, sok ma harmincas, negyvenes szülő is kifejezetten aggódóvá válik, amikor hideg van odakint. Igazság szerint szinte minden magyar ember ilyen, ha, mondjuk, egy svéd család szemével nézzük magunkat. Ez azt mutatja, hogy a generációs jegyek és az életkori sajátosságok mellett a kulturális különbségeket is számításba kell vennünk.

Valamiféle időbeli változás persze mégiscsak érzékelhető ezen a téren is, ami alapvetően a betegség, a „megfázás” felől érkezik. A mai szülők egyre kevésbé hisznek abban, hogy a hidegtől beteg lehet az ember gyereke, és egyre többen tudják, hogy azt, amit megfázásnak nevezünk, valójában egy vírus okozza, és ennek megfelelő védekezést igényel. Nedves, hideg időben sokkal többet segít egy arcmaszka, mint még egy réteg pulóver. Hogy a „Sapka, sál!” generációs jegy-e, azt majd az idő dönti el.





3. NEKED VAN KAMRÁD?

Az iskolai szünetekben mindenki az előző esti tévéadásról beszélgetett, ugyanis az egész ország ugyanazt az egy műsort nézte. Így másnap jól kitárgyalhattuk a *Szesélyes évszakokat*, a *Szomszédok* című sorozatot vagy az *Isaurát*. (Forrás: szeretlekmagyarorszag.hu – 20 dolog, amely azonnal eszedbe juttatja, milyen volt a 80-as években suliba járni)

Még nem is adtam meg a generáció definícióját, úgyhogy pótolom gyorsan ezt a hiányosságot.

Eddigi megfontolásaink szerint tehát a generációk az egymással nagyjából egy időben születettek olyan csoportjai, amelyek tagjai hasonló gyerekkori szocializációjuk miatt sok egyforma tulajdonságot, értéket, szokást és hasonló világlátást hordoznak magukban.

A definíció alapján tehát nem azt állítjuk, hogy a generáció tagjai mind egyformák, hanem azt, hogy sok egyformaság jellemzi őket az egyediségeik mellett.

A generációkról szóló beszéd szükségképpen általánosításokat tartalmaz; lesznek, akik szerint ez vagy az a megállapítás rájuk egyáltalán nem érvényes. Kicsit olyan ez, mint magyarnak lenni: nincs olyan, hogy „átlagmagyar”, mégis van értelme arról beszélni, hogy milyenek vagyunk mi, magyarok. Kutatások egész sora támasztja alá, hogy az értékrendünk mi mindenben tér el a sógorokétól, a németekétől vagy a bolgárokétól, és miben hasonlít az övékhez. Így van ez valahogy a generációkkal is: az egy generációba tartozók nagy általánosságban bírnak hasonló értékrenddel, viselkedésmintákkal, és látják hasonlóan a világot, de az egyén természetesen mutathat ettől eltérő jegyeket.

A szocializáció hasonlóságát számos tényező befolyásolja. Idetartozik a történelem, amelynek a szele különbözőképpen csapta meg az egyes generációkat. Vannak, igaz, már csak kevesen, akik még emlékeznek a második világháború pusztítására és a nélkülözésre, mások a hidegháború fenyegetettségében nőttek föl, megint másoknak a rendszerváltás nyitotta ki a szemét.

Ennek is eredménye, hogy míg a legidősebb mai generációk alapvetően bezárkózók, és a világért sem dobnák ki a tízéves lekvárt, addig a mai harmincasoknak nemhogy kamrájuk nincs, de nagy általánosságban tulajdonuk is alig.

A szocializációt meghatározza a technológiai fejlődés is, amely újabb és újabb szokásokat, vágyakat, ideákat és ideálokat hozott az életünkbe az elmúlt száz évben. Élnek még köztünk emberek, akik számára a rádió minden hír hozója, és itt vannak a gyerekeink, akik tulajdonképpen

a hír fogalmát sem ismerik, nemhogy a rádióét.

Ők szinte kizárólag véleményeken, a saját kortársaik által generált tartalmakon nőnek fel. És itt vannak a mai csecsemők, akik sokkal kevesebbet tudnak az anyai figyelemről, a szoptatás közbeni dúdolgatásról, mert az édesanyjuk tekintete szoptatás közben gyakran máshová fókuszál, mégpedig a telefonra. Talán már nincs is olyan generáció, amelynek ma le kellene írni, hogy a „mobiltelefonra”...

Hasonlóan meghatározó a kultúra és az értékek változása, amelyeket éppen egyik nemzedék hagyományoz a másokra. Ebben a könyvben számos példát látunk majd arra, hogy egyes korcsoportok milyen számottevően megváltoztatták az általános viselkedésmintákat. Ezek a változások a saját generációjukban az újdonság erejével hatottak, a későbbi generációk számára azonban már természetes adottságként

jelentkeztek, így a változásokat ők vitték tökélyre. Amikor egy nemzedék kitalál valamit, azt meg is kell tanulnia használni, a következő generáció számára azonban már természetes lesz. A kilencvenes években feltaláltuk a mobiltelefont, hogy aztán rövid ideig „bunkofonozzuk” azt, mielőtt kialakul a használatával kapcsolatos etikett, amely mára olyan természetes, hogy tanítani sem kell.

De a kulturális környezet változása testesül meg például szépségideálokban is. Ötven-hatvan évvel ezelőtt a szépségideál kizárólag női változatban volt értelmezhető, a férfiak közt gyakorlatilag nem létezett, vagy esetükben néhány markáns arcvonásban nyilvánult meg. Marilyn Monroe hajáról és fodrászáról, csípő-, derék- és mellbőségéről az amerikaiak egész nemzedéke tudott szinte mindent, a partnerei kockahasa vagy pocakja azonban a kutyát sem érdekelte. Nagyanyáink még azt mondták, „a férfiember legyen egy fokkal szebb az ördögnél”, vagy „100 kiló alatt nem is férfi”. Szegény nagymamám például mindig etetett. Amikor végül azzal fogadott, hogy „De jól nézel ki, kisfiam!” tudtam, hogy nagy a baj, és elértem a már férfinak számító 100 kilót...

Ehhez képest a mai férfi modellek pont ugyanolyan ismertek, mint női kollégáik. Egy kamasz fiú kozmetikai kelléktára nagyobb, mint az anyjéé, a kozmetikai ipar pedig mindent elkövet, hogy ez még inkább így legyen. A háttérben a nemi szerepekkel kapcsolatos felfogásunk változása áll, amit éppen nagyanyáink indítottak el az egyenjogúsági mozgalmakkal, majd a mai középkorúak teljesítettek ki ennek maradéktalan elfogadásával, a női mell elrejtésével és a férfifelsőtest lemeztelenítésével. Elég egy harminc évvel ezelőtti magazint fellapoznunk ahhoz, hogy meglássuk, a férfifelsőtest ábrázolása, borotválása vagy akár a kockahas mennyire nem volt benne a köztudatban. Ehhez képest ma a félmeztelen férfitestről is a szépséget leíró kategóriákkal beszélünk, miközben a női melllet eltüntette a prűderia, és furcsán nézünk a strandon elvéve monokiniző nőkre.

Az azonos korban megélhető minta, környezet nagymértékben meghatározta egy-egy generáció világszemléletét és a dolgokhoz való hozzáállását. Ezek a szemléletbeli különbségek a generációs jegyek, amelyeknek az a legfontosabb sajátosságuk, hogy külső ráhatással nem változtathatók meg. Módosulhatnak – és módosulnak is – az idő múlásával és újabb hatások színre lépésével, de nem változtathatók meg abban az értelemben, hogy

egy apa nem fogja tudni a generációs meghatározottságokat kinevelni a
gyerekeiből.

És fordítva: a fiú is hiába hadakozik az apja generációs beidegződéseivel, nem fog sikerrel járni.

Erőlködhetünk, hogy a gyerekeink kevesebbet játsszanak a számítógépen, bevezethetünk otthon időkorlátokat, és ösztökélhetjük őket a sportolásra, de nem változtathatunk azon, hogy nem mi leszünk az életükben a viszonyítási pont, hanem a saját korosztályuk. Ehhez túl nagy mennyiségű a rájuk zúduló, velük egyívásúaktól származó kortárs tartalom a mindennapjaikban.

És hasonlóképpen: megtaníthatjuk anyáinknak a Viber használatát, hogy ingyen tarthassák a kapcsolatot a távol élő unokákkal. Ez azonban nem változtat azon, hogy az unokák, amikor hazajönnek, nagyon meg lesznek etetve, és a nagyi akkor sem ül le az asztalhoz, ha már mindent rátett, aminek az elkészítésével a megelőző huszonnégy órát a konyhában töltötte...





4. GENERÁCIÓS KORLÁTAINK

Nem oly régen volt egy nagyon fontos beszélgetésem egy anyukával. Középiskolás fia nyári élményét mesélte el. A fiú olyan iskolába jár, ahol még felnéznek a tanárokra, tisztelik őket. A nyári táborban esténként néha túl sokat ittak az oktatók, aminek a hevében „kis köcsögnek” hívták a gyerekeket. A fiúban (hangsúlyozom, még fiatal!) valami eltörött.

Ezek a mai fiatalok! Mindegyik tiszteletlen.

A generációs jegyekkel tehát együtt kell élni. Ahhoz, hogy ezt megtehessük, mindenekelőtt ismernünk kell őket. Minden változásmenedzsmentről szóló könyv egyetért abban, hogy az elfogadás alapja a megértés. Ha tudom, hogy miért vagy olyan, amilyen, akkor képes lehetek arra, hogy a viselkedésedet toleráljam, téged magadat pedig elfogadjalak olyannak, amilyen vagy. Nem várok tőled másmilyen reakciókat, mint amilyeneket nyújtani tudsz. És nem háborodom fel azon, ha nem úgy reagálsz, ahogyan én szeretném.

Már ez is segíthet az egymás mellett élés jobbá tételében, abban, hogy alaposabban megértsük egymást. De a generációs jegyek ismeretének van egy másik, ennél is fontosabb haszna, mégpedig

a saját korlátaink megismerése.

Ha tudjuk, hogy az általunk mutatott reakciók egy-egy teljesen hétköznapi élethelyzetben mire vezethetők vissza, és tisztában vagyunk a korlátainkkal, akkor képessé válunk az önreflexióra, arra, hogy mosolyogjunk magunkon. A generációs jegyek valójában gyarlóságok, még akkor is, ha egyik-másik kifejezetten pozitív, vagy legalábbis annak tűnik. Nagyszüleink munkabírása csodálatra méltó, de soha nem hinnék el, hogy nekünk olykor elégünk van az etetésből. Pedig a fogyókúra közepén egyáltalán nem esik jól az „Egyél, hát nálunk kéthetente egyszer igazán megetheded!”; a mai tizenévesek étkezési szokásaival pedig pont, hogy ellentétes a hatalmas trakta.

Akár pozitívan, akár negatívan ítélünk meg egy-egy generációs jegyet, gyarlóságról beszélhetünk abban az értelemben, hogy azok bennünk lakoznak, nem tudunk szabadulni tőlük. Befolyásolják a cselekedeteinket, de legalábbis nyomot hagynak rajtunk. Az emberi gyarlóság pedig kizárólag a miénk, embereké, *Homo sapienseké*. Egyetlen más élőlény sem képes rajtunk kívül olyan szabályokat, elvárásokat megfogalmazni, amelyeknek nem tud megfelelni. Semmi okunk sincs nem szeretni a gyarlóságainkat. Az a fontos csupán, hogy tudjunk róla, mikor, miben és hogyan határozzák meg a cselekedeteinket, mert ettől leszünk képesek arra, hogy mások gyarlóságát ne eltévelyedésnek lássuk, hanem annak, ami: az ő gyarlóságuknak.

A kedves olvasó ezen a ponton úgy érezheti, hogy generációs jegyeink és világszemléletünk soha nem változik, ez azonban nem igaz. Ha lassan is, de minden generáció módosul, hiszen újabb és újabb impulzusok érik. Mindenki, aki negyvenöt évnél idősebb, őriz még emlékeket arról, hogy valamikor nagyon régen az emberek komolyan vették a programjaikat. Ha megbeszéltük egy héttel előre, hogy péntek este nyolckor találkozunk a főtéren, aztán beülünk valahova dumálni, akkor bizony mind ott voltunk nyolckor. Aki ugyanis elkésett, az nagy valószínűséggel ki is maradt az eseményekből, mert mobiltelefon hiányában nem tudta megkérdezni, hogy végül is hova mentünk. Ebben alaposan megváltoztunk.

Bár vannak ma is szép számmal, akiket idegesít, hogy az ilyen programegyeztetések mostanság már „semmit sem érnek”, a legtöbben mégis magunk is élünk azzal a lehetőséggel, hogy elkészünk ugyan, de megkérdezzük a többieket, hogy hova mentek, és csatlakozunk a társasághoz. Urambocsá, az is előfordul, hogy néhány órával előtte mondunk le vagy szervezünk át egy programot, az ilyen elvárások ugyanis felpuhultak pusztán azért, mert adva van az eszköz, amelynek a birtokában megtehetjük mindezt.

Ezen a ponton is el kell azonban különítenünk a generációs jegyeket és a szokásokat. Az, hogy a negyvenesek számára is elfogadható az ilyen magatartás, sőt maguk is így járnak el időnként, még nem jelenti, hogy nem idegesítik őket azok az embertársaik, akik a szokásosnál sűrűbben cselekednek így. A negyvenesek is mindinkább elfogadják ezt a magatartást, valójában azonban inkább arról van szó, hogy megtanulnak vele együtt élni. Ennek ellenére valahol az agyuk egyik szegletében számon fogják tartani az ilyen („pontatlan”, „link”, „megbízhatatlan”) ismerőseiket. Na ez az, amit generációs jegynek nevezünk, és ami nagyon lassan változik csupán. A találkozókkal ma már könnyedén bánó negyvenesek ugyanúgy idegesítik az ebben sokkal kevesebb kompromisszumot kötő hatvanasokat. Ez jól mutatja, hogy az egyes generációk különböző ütemben változnak a külső élmények hatására.

Fontos leszögeznünk, hogy a generációs jegyek változása mindig élményalapú, vagyis visszafelé nem működik. A fenti példában láthattuk, hogyan változik az egyik és egy másik generáció hozzáállása egy bizonyos problémakörhöz a technológiai fejlődés hatására. Azt viszont nem várhatjuk el a mobiltelefonnal felnőtt generációktól, hogy elkezdjék értékelni elődeik megbízhatóságát, hiszen nekik nincsenek olyan élményeik, amelyekben ennek jelentősége lett volna. Ahol mindenki így viselkedik, ott mindenki számol is ezzel a lehetőséggel: a naptárunk felpuhult, és fiatalabb embertársaink már sosem fogják tudni értékelni azokat a szabályokat, amelyek a merev időbeosztásból adódtak. Igaz, ebben a helyzetben mi, idősebbek sem.

Ha pedig nem tudják értékelni ezeket, akkor nem alakulhat ki az elvárás sem, vagyis ezen a fronton bizony egyszer és mindenkorra „elvesztettünk” valamit. Hogy ennek milyen értéket tulajdonítunk, az generációs szemlélet kérdése. Szomorkodhatunk, illetve idegeskedhetünk azon, hogy a „fiatalokkal” nem lehet előre megbeszélni semmit, és bizonygathatjuk nekik a munkahelyünkön, hogy milyen előnyei volnának, ha kiszámíthatóbban intéznék az ügyeiket, de jó, ha tudjuk, hogy ezzel nem érünk el semmit. A „régi időkre”, az egykor volt „megbízható kartársakra” való hivatkozás nem vezet eredményre.

És ugyanezzel a lendülettel a negyvenes, ötvenes apuka, nagymama vagy munkáltató akár örülhetne is saját szabadságfoka növekedésének, hiszen a felpuhult naptárak rá is kevesebb idegességet testálnak. Csakhogy ebbe ritkán gondolunk bele, az előnyök még akkor sem nagyon jutnak az eszünkbe, amikor mi magunk is kiaknázzuk az ebben rejlő lehetőséget, és megengedünk magunknak egy jelentős késést. Ha megtanulunk örülni ezeknek a lehetőségeknek, az megengedőbbé tesz bennünket másokkal szemben, ami például munkahelyi szituációkban akár előnyös is lehet a fiatalabb munkavállalókkal történő kapcsolattartásban. (A munkahelyi problémákkal és a feloldásukkal külön foglalkozom majd e könyv lapjain egy későbbi fejezetben.)

II. RÉSZ HAT GENERÁCIÓ...



11/11/11









1. GENERÁCIÓS GYORSTALPALÓ

Generációk	Születtek	2020-ban
veterán / építő	1945 előtt	75 évesek és idősebbek
baby boomer	1946–1964	56–74 évesek
X	1965–1979	41–55 évesek
Y	1980–1994	26–40 évesek
Z	1995–2009	11–25 évesek
alfa	2010-től	maximum 10 évesek

Eljutottunk odáig, hogy végre megismerjük a ma élő generációkat. Az itt – és aztán az egész könyvben – alkalmazott születésiév-alapú besorolás a saját rendszerem; vannak, akik másutt húzzák meg a határokat, és akad olyan szakember is, aki nem ezeket a kategóriákat használja (néhány újságíró ezt kutatói hiúságnak titulálja, szerintem inkább csak annak tudható be, hogy még nincs közös álláspont közöttünk). Tőlünk nyugatra az „Y, Z, alfageneráció” elnevezések helyett szívesebben használják a „Millennial” vagy a „C (Connected)” kifejezéseket, de idehaza is látunk arra példát, hogy valaki például nem különíti el az Y és a Z generációkat.

A könyv logikája alapján én megteszem, hisz egy korcsoportot jellemzően egy tizenöt–tizennyolc éves periódus foglal magában, így semmiképpen sem célszerű húsz évet felölelő (vagy hosszabb) generációs időszakot meghatározni – sőt feltételezhetően a szakaszok tovább fognak rövidülni.

A besorolás alapja azoknak a körülményeknek a változása, amelyek meghatározzák egy-egy generáció viselkedési jegyeit. Én idesorolom a háborút, a háztartási gépek forradalmát vagy akár a walkman megjelenését, az internet és az okostelefon elterjedését, így alakultak ki a táblázatban feltüntetett életkori határok.

1945 előtt: a második világháborúban vagy közvetlenül azelőtt vagyunk. A tájékozódási pont a nyomtatott sajtó vagy a rádió. Az életet meghatározzák a közösségi szabályok, amelyeket kiegészít a borzalmas külső sokk, a világégés, aminek mindenki csak elszenvedője lehet. A veteránok ebbe a bizonytalan, veszélyes világba születtek, ez az időszak határozza meg az alapszemélyiségüket.

1946–1964: A kétpólusú világ, az újjáépítés, a hiány, a hidegháború fenyegetése és a második világháború feldolgozásának kora. Az ekkor születettek alapélménye, hogy a szüleik valamit rettenetesen elrontottak. Ez szabadítja ki a palackból azt az érzést, hogy valamit máshogyan kellene csinálni. Az utolsó generáció, amelynek tagjai még magázták a szüleiket, és az első, akiket tegeztek a gyerekeik.

1965–1979: Az analóg ipari forradalom kezdete. A háztartásokban megjelennek a mosógépek, a hűtő, a korabeli szórakoztató elektronika (a tévé, a lemezjátszó, majd a magnó). Ez az első technológiavezérelt generáció. A szülők a fejlett országokban élvezik a prosperitás minden előnyét, nálunk megbékélnek a kicsit lazábbá váló Kádár-rendszerrel. A szülőket – az anyát is – mindinkább beszipantja a munka világa.

1980–1994: Az individualizáció kora. A walkman elterjedése az egyén bezárkózásának és az individuum előretörésének a szimbóluma. A zene, ami addig a szubkultúrák összetartó ereje volt, a walkmannel az egyedül megélhető világ részévé válik, és szárba szökkeni az egót. Ennek mai manifesztuma a szelfigeneráció. Ez az utolsó korcsoport, amelynek minden egyes tagja még egy tisztán offline világba született.

1995–2009: Az internet megjelenése és tömeges elterjedése. A világ összemegy, az idő felgyorsul, az emberek megtanulnak együtt élni a digitális eszközökkel. Az első generáció, amely az internet világába születik, de látni kell, hogy az internet voltaképpen velük együtt nő fel, és válik azzá a mindenütt elérhető szolgáltatássá, amelynek éppen most ismerjük.

2010-től: Az okostelefon- és érintőképernyő-korszak kezdete. Az elmúlt tíz évben az iPhone és a többi okostelefon uralja, alakítja át a világunkat.

Cseperedő gyerekeink telefont tartó kezeket látnak mindenütt, ha kikukucskálnak a babakocsiból. Az online és az offline világ összemosódik, és számukra eggyé válik.





2. „AMENNYI LISZTET FELVESZ...”

Anyukám túl van a hetvenen. Még bőven dolgozott, amikor divatba jött a számítógép, kezdett elterjedni az internet. Emlékszem, mindig elmondta, hogy ezt ő sosem fogja már használni az életében... Természetesen ma bőszen messengerezik, viberezik, és aktív Facebook-felhasználó. Attól, hogy baby boomer, még nyitott olyan dolgokra, amelyek egy teljesen más generáció „sajátjai”. Jelesül az Y generációéi. Beépítette a saját rendszerébe azt. Is.

És ezzel nyilván nem csak Anyu van így. Minden generáció jellemzője, hogy bizony megéli a későbbi nemzedékek újdonságait. S nem csupán megéli, hanem be is építi valamilyen módon. Ezt a folyamatot hívjuk mostantól

„élménytartománynak”,

és egy kicsit beszéljünk is róla, mert anélkül nem fogjuk tudni értelmezni az elmúlt ötven-hatvan év történetét.

Rengetegszer kérdezik tőlem az előadásaim során (főleg negyven felettiek), hogy: „Hát én is egész nap mobiltelefont használok, akkor én is Z generációs vagyok?!” Nos, nem vagy az barátom, csak beépítetted az életedbe azokat a trendeket, amelyek amúgy a Z generáció időszakát jellemzik. De valójában mindig is X-esként fogod használni ezeket az eszközöket, és bármennyire szomorú, sosem leszel annyira gyors és digitalizált, mint egy Z-s.

Mit is jelent az „élménytartomány”? Nagyon egyszerű: azon élmények összességét, amelyekben egész életünkben részünk van. Az összes, általunk megélt tapasztalat, legyen az egyéves vagy ötvenéves, mind beépül. Persze különböző mélységben.

És ez természetesen nem csak az az időszak, amelyikbe „beleszülettünk”. Magyarán: egy baby boomer nem úgy fog viselkedni és élni egész életében, ahogy a nyolcvanas években, hiszen azóta hatott rá a rendszerváltás vagy a technológiai forradalom is, hogy csupán a legkézenfekvőbb élményeket említsük. Tehát mindazon élmények összessége alapján él ma, amelyeket az elmúlt évtizedekben megtapasztalt. És ebben benne vannak az X, az Y és a Z generációs élmények is. No meg most már az alfás élmények is.

baby boomer X generáció Y generáció Z generáció

baby boomerek élménye

Természetesen a legerősebbek a gyerekkori élmények, jellemzően ezek határozzák meg az alapszemélyiséget. Hiába tapasztalja meg ugyanis valaki a későbbi generációk összes élményét, a meghatározóak a gyerekkoriak maradnak, a többit már az akkor megszerzett generációs jegyeken keresztül nézi, értelmezi, használja.

E fiatalkori élménybázist nevezzük „alapélménynek”. Ez az egyik legfőbb meghatározója a viselkedésünknek (természetesen az egyéni, személyes jellemzők után).

Tehát a generációs hovatartozás nem korlátozódik arra a kategóriára, amelyikbe a születési évünk alapján tartozunk: az összes többi korcsoport élménye, tapasztalata színesítheti – csak rajtunk múlik, hogy mit és mennyit fogadunk be belőlük.

Ez alapján a generációs élmények trendek, amelyek befolyásolják, színesítik, bővítik a teljes társadalom viselkedési módját, attitűdjeit, gondolkodását. Hiba volna mindezt leszűkíteni csak és kizárólag a születési évünk alapján.

Életünk során állandóan bővülnek az élményeink – ennek a kijelentéséhez nagy bátorság nem kellett. És erre minden idősebb – vagy mondjuk úgy: „régebb óta fiatal” – generáció ismer példákat.

Aki ma Magyarországon használja a Facebookot, tudja, hogy az Y-osok és a nyugdíjasok a legaktívabbak. És ez nekem nagyon tetszik: röpké tíz év alatt az egész társadalmon végigrobogott a social media, függetlenül attól, hogy az egyik legegységesebb Y generációs találmány ez. És mégis, az üzenőfalunk tele van pazar idézetekkel, van, aki álspirituális vagy vallási bölcsességeket oszt meg, mások gerberacsokros névnapi jókívánságokat küldenek az ismerősüknek, de vannak, akik éppen egy jó fodrászt keresnek a közelben, vagy a pasijuknak sültöt rántottával büszkélkednek el nyilvánosan, esetleg a kutyát sétáltató bal kezükről lőtt fotójukat töltik fel a „Fészre”.

A Facebookot az összes generáció használja – persze kivéve az X generációsokat, akik nem szívesen posztolnak ki semmit magukról, inkább csak megosztanak vagy kommentelnek már létező tartalmakat, vagy egyszerűen tájékozódnak a világról. Na és persze a legfiatalabbak, akik meg nem feltétlenül szeretnék megosztani az előző esti buli képeit egy olyan platformon, amelyen a nagyi is fent van... inkább kerestek maguknak új platformokat. Instát, TikTokot...

Én klasszikus X generációsként gyerekkoromban vonalas füzetben csináltam meg a házi feladatot, a dolgozatot stencilezett papírra körmöltem, a szakdolgozatot floppyra mentettem, a prezentációimat pendrive-on tároltam, a mostani munkáimat pedig már a felhőbe kell feltöltenem. A *Három kívánság*ba nyílt levelezőlapra írtam, az önéletrajzomat e-mailben küldözgettem, most pedig anyám már a Messengeren tárgyal velem a legszívesebben.

Mindegyiket átéltem, mindegyikhez értek – de azért nagyon X generációsan. Egy igazi X-es, ha délutánig nem kap választ a reggel elküldött e-mailre, elkezd aggódni. És egy idő után a kezébe veszi az irányítást: vagy odasétál a kollégához, vagy felhívja telefonon. Nem bízik annyira a technikában, hogy egy ilyen bibi esetén személyesen utána ne nézne a dolgoknak.

Egy mai tizenéves sosem tenne ilyet. Eleve: nem írna e-mailt. E-mailt? 2020-ban? Küld egy Messenger-üzenetet, és ezzel el van intézve. Hiszen az alkalmazásban látja, hogy a fogadott fél olvasta-e, amit írt neki, vagy sem. Ha nem olvasta, minek is zaklatná, hogy miért nem reagál? Ha olvasta, és mégsem válaszolt, akkor meg nyilván megvan rá az oka. Miért kellene még emiatt is zavarni?

Az élménytartományok tehát mindenkire hatnak, de nagyon fontos, hogy visszafelé nehezebben működnek. Lehet, hogy már átéltünk három-négy élménytartományt is a mai napig, de ezek valóságtartalma a későbbi generációknak vajmi keveset fog jelenteni, ha nem mutatunk példát, nem adunk mintát.

Én például hiába mesélem el a hároméves kislányomnak, hogy huszonöt évvel ezelőtt apáéknak volt egy külön bútoruk a telefonhoz, úgy hívták, hogy telefonasztalka, és a nappali éke volt. Neki ez ugyanolyan mese lesz, mint a *Bogyó és Babóca*. Számára a telefon egy olyan eszköz, amelyen lehet mesét nézni, amelyen látja a vidéki nagyikat beszélgetés közben, és amelyen a szülei néha megnézik, hogy merre is kell menni az autóval. Ugyan miért kéne hozzá asztal?!

A példa nyilván le van egyszerűsítve, a valóság ennél sokkal összetettebb. Hisz kiterjed mindenre, ami az előző generációknak fontos volt. A hétköznapi dolgokra éppúgy, mint sok alapvető értékre.

Ma egy negyvenes, ötvenes szülő nehezen tudja a saját gyermekkori élményeit átadni a csemetéinek, hiszen annyira más lett a világ. Nem tudja megmutatni, hogy kell kicserélni a bicikliláncot (hisz a YouTube-on sokkal profibb megoldásokat talál a sráca), nem tud mesélni a tamagocsitemetőről, és nem tudja megtanítani a fára mászásra sem (a felesége meg is ölné, ha meglátná, micsoda veszélynek teszi ki a gyerekeket). De nem adhatja oda neki a négyzethálós füzetbe írt recepteket sem, mert egyszerűen idejétmúltak, konkrétan érthetetlenek a mindent megmutató YouTube-főzések mellett. (Most komolyan, azt ki érti a nagyi füzetéből, hogy „téggy hozzá annyi lisztet, amennyit felvesz a zsír”? Milyen zsír?)

De hát ez is egy új élmény. Az X-esek – akiket a szülei talán kevésbé neveltek, mint inkább a frigóra kiragasztott cetlikkel utasítottak, irányítottak – teljesen másképp akarnak a gyerekeikhez viszonyulni. Ebből lett a túlféltett generáció („Vigyázz, gyerek az autóban!”), a mindentől és mindenkitől elzárt generáció („Ne

menj ki az erdőbe kirándulni, megcsíp egy kullancs!”) – miközben a saját alapélményük ennek pont az ellenkezője volt.

Hogyan is lehetne akkor valójában megmutatni azt, ha mi magunk sem vagyunk biztosak benne, hogy ez a jó út?

De ha ezt nem, akkor mit adunk át gyermekeinknek?

Nos, erre nagyon nehéz választ adni. Ugyanis

a most élő szülőgeneráció az első, amelynek ilyen problémákkal kell szembenéznie. És senki sem tud mintával szolgálni. Ezt most nekik kell kitalálniuk és megoldaniuk.

Hogy mennyit lóghat a neten a gyerek? Nem tudjuk, nekünk erről nem beszélt senki! Sőt: még most sincsenek egyértelmű iránymutatások...

Mikor fog elköltözni otthonról, és mikor kezd önálló életet? Valós probléma, miközben mi vagyunk az első „haver-szülő” generáció, élvezzük a felnőtt gyermekeink társaságát, és nem feltétlenül ösztönözzük őket, hogy menjenek. Minket nem kellett „kirakni” otthonról, természetes volt mindenkinek, hogy egy ponton (tizennyolc éves kor után...) leléptünk. Ma ez sem természetes, hiszen a kiszámítható jövő már a múlt.

Mit tanítsunk a gyerekeinknek, hogy sikeresek legyenek? Alig valaki tudja, hiszen látjuk, érezzük, hogy az elmúlt év(tized)ek iskolai oktatása manapság nem elegendő. Ahogy egy huszonöt éves, diplomás kollégám mondta nem olyan rég:

„Figyu, Krisztián, engem rettenetesen frusztrál, hogy amit most tudok, az nagy valószínűséggel öt év múlva semmit sem fog érni.”

És ő már dolgozik! Mit gondolhatnak azok, akik még az iskolapadokban ülnek? Mit mondhatunk nekik mi, szülők, akik úgy léptünk ki az iskola kapuján anno, hogy biztosak lehettünk abban, a végzettségünkkel akár a nyugdíjig is ellehetünk?

Megannyi kérdés... amelyekre azért nehéz válaszolni, mert teljesen más világot élnek meg a generációk! Az idősebbek a bizonyítvány vagy a diploma megszerzésekor megünnepelték a felnőtté és függetlenné válás pillanatát, azt a momentumot, amikor végre el lehet kezdeni a nagybetűs életet.

Ehhez képest a most végzettekben megáll az ütő, hogy: „Ugye, nem? Ugye, még nincs vége, még valamit lehet kezdeni az élettemmel? Anyu, apu segítsetek! Nem baj, ha még nem költözöm el?”

Persze mindig akadnak kivételek, olyanok, akik másképp csinálják. Emiatt is nagyon fontos újra és újra leszögezni:

az, hogy valaki valamelyik generáció tagja, nem azt jelenti, hogy csak és kizárólag úgy viselkedik egész életében, mint a nemzedéke tagjai.

A generációs viselkedések sokkal inkább trendek, folyamatok, történések, amelyek mindenkire hatnak, akik azokat átélik. És ugyan korábban azt írtam, hogy visszafelé nem vagy nehezen működik az élményátadás, valójában ha valaki otthon a maga generációs tapasztalatait nagyon erős mintaként alkalmazza (és a gyermeke fogékony rá), akkor annak nyoma lesz (nyoma lehet) a gyerek viselkedésében is.

Így nem mondhatjuk például, hogy az összes Z generációs felületes vagy hogy mind csak önmagával foglalkozik. Ugyanis ha otthon, a családjában azt látja, hogy az alázat, a lojalitás, a tisztelet érték (amelyek, valljuk be, azért nem túl szexinek számítanak a 21. században), akkor ő bizony fiatal kora ellenére X-es, baby boomeres attitűdöket fog mutatni. Bizony, vannak ilyen Z-sek, ha nem is túl sokan. És ha vannak, akkor nem általánosíthatunk, hogy minden Z-s teljesen egyforma. De ugyanígy nem egyforma minden Y-os, X-es, baby boomer vagy veterán sem.

Mindenki hordozza azokat a jellemzőket, amelyek egy adott korcsoport legfőbb mutatói, és valamennyien ezen a generációs szemüvegen keresztül nézzük a világ történéseit. Ezek az alapélmények határozzák meg, hogyan értelmezzük a jelent.

És ez az egyik nagy buktatója a digitális 21. századnak, amelyben nincsenek határok sem térben, sem időben.

De erről majd később. Most nézzük, kiről mit tudhatunk meg a születési éve alapján!





3. A HELYETTÜNK (IS) EMLÉKEZŐ GENERÁCIÓ: A VETERÁNOK (1945 ELŐTT SZÜLETETTEK)

Néhány éve D. Tóth Kriszta meghívott egy Hello, WMN! rendezvényre, amelyen a generációkról volt szó. A vendégek között ott volt Tordai Teri színésznő is, kamaszkorom egyik meghatározó női idolja. A művésznő ma is egy igazi díva, nem meglepő módon sokkal jobban nézett ki a színpadon, mint én – szelfiztünk is egyet a végén.

Elkezdődött a beszélgetés. Az első kérdést rögtön hozzám intézte Kriszta: „Krisztián, mutass be, kérlek, mindenkit a saját generációjának megfelelően!” Na szóval: ott ül tinédzserkorom egyik szexszimbóluma, erre mintegy ötszáz néző előtt nekem azt kellene mondanom, hogy Tordai Teri, veterán. Hát, ez nem ment; úgyhogy gyorsan váltottam, és a másik szakzsargont használtam: Tordai Teri, építők generációja.

Neki is jobban tetszett. Így ez az egyetlen generáció, amelyiknek két elnevezése is van. Persze nem miattam.

A mai legidősebb, legtapasztaltabb generáció a veteránoké, vagy másik nevükön az építőké. Ez a nemzedék egy rettenetesen konfliktusos világba született még a második világháború előtt vagy alatt, amikor „bármilyen megtörténhetett”. Tagjainak közös

alapélménye a veszteség, a hiány, a bizonytalanság,

és annak a megélése, hogy „a történelem átvonul rajtunk”, az életet alapvetően a külső körülmények határozzák meg. Az ego, az egyén érzései másodlagosak, az életet – ahogy addig is – alapvetően a helyi, vallási vagy kisközösségi szabályok határozták meg. Ez az utolsó generáció, amelynél még vegytiszta formájában működött az addigi értékek, az életstílus vagy akár a hivatás áthagyományozása is apáról fiúra, anyáról lányára.

Ők (és még inkább a szüleik) átérték a háború összes borzalmát, ami azokban is nyomot hagyott, akik a hátszágban maradtak. Akinek nem volt a családjában frontra vonuló katona, aki nem rágta a körmét, hogy hazajön-e valaha apa, akinek nem vészett oda vagy sebesült meg közvetlen rokona, az is megérezte, milyen a háború, a hiánygazdaságon, a nélkülözésen vagy pusztán a rádió hírein keresztül.

Nem csoda, hogy ennek a generációnak meghatározó jegye a félelemből eredő bezárkózás. Ők azok, akik a szűk értelemben vett családon és a munkahelyen kívül gyakorlatilag senkiben nem bízhattak. A negyvenes-ötvenes években szinte minden, ami ezen túl volt, hordozott magában veszélyeket, a változások pedig jellemzően valamilyen szempontból kedvezőtlen irányba vitték a dolgokat. Ilyen változás volt az élménytartományukban a kommunizmus, a rendszerváltás, a technológiai forradalom, és általában a világ felgyorsulása.

Az összes kutatás alátámasztja, hogy a veteránok sokkal rosszabbnak látják a helyzetüket, mint amilyen az valójában, és még rosszabbnak ítélik meg, ha a kérdést úgy tesszük föl, hogy másokhoz képest milyen helyzetben vannak.

Nem csoda, hogy a veteránok klasszikus generációs jegye a

spájzolás.

Hiszen „jó lesz még az valamire”! Ezt sokan sóharségnek, spórolási mániának gondolják, ám ez tévedés: a veteránok csupán felkészülten várják az idők rosszabbra fordulását. Alapelvük, a „jobb félni, mint megijedni” arra tanítja őket, hogy mindig legyen otthon olaj, liszt és cukor, amiből valamit azért össze lehet ütni,

ha bekövetkezik a baj. Ez egészen más, mint a sóharség, ez a túlélés tanult képessége. Hányszor látjuk, ahogy szerény nyugdíjukból is félretesznek egy kicsit (lássuk be, érthetetlenül)? De amit így megspórolnak, abból csúsztatnak egy öt- vagy tízezrest karácsonykor a kiskamasznak „Vegyél magadnak valamit, én már nem tudom, mi kell nektek...” alapon. A veterán mindig gyűjt valamire, ha nem az unokák ajándékára, akkor a saját sírhelyére, amire komplett termékcsaládokat építenek egyes szolgáltatók.

Generációs fogalom az „alapvető élelmiszer” is: a legnagyobb hóviharak (ami szintén generációs fogalom lett mára...) esetén a katonaság lánctalpasokkal juttatta el a tejet és a kenyeret a családoknak. Hogy miért pont ezeket a termékeket, azt ma már nehéz lenne elmagyarázni egy olyan fiatalnak, aki se kenyeret, se tejet nem fogyaszt...

A változó világban a veteránnak a családi rituálék és a Kossuth rádió jelenti a stabilitást. Ám a közös vasárnapi családi ebéd ma már inkább csak álom, a gyerekek és az unokák elszabotálják azt, így a ragaszkodás tárgya maga az ebéd marad. Igen: a biztonságot adja a tyúkhúsleves, a (ki)rántott hús petrezselymes burgonyával és a tejfölös uborkasaláta. Minden héten. Mert ez legalább még köt az emlékekhez, a valaha megélt közös családi élményekhez. Biztonságot ad a maga gyökereivel. És mivel a tinédzser unoka már unja minden héten ugyanazt, ezért meg is kéri a nagyit, hogy végre egyszer, mondjuk, spagetti legyen vasárnap ebédre – és a nagy meg is csinálja.

De azért a biztonság kedvéért két rántott húst kisüt a papának és magának. Mert mégiscsak ez az igazi vasárnapi ebéd.

Az evés amúgy is nagyon fontos pont az életükben. Az ebédnek (főleg a mezőgazdaságból élő családoknál) hierarchiája volt: az apa szedett először – és természetesen a legjobb falatokat vette ki –, majd következett a család többi tagja, a legutolsó pedig az anya volt. Emlékszem, falusi nagymamám volt nálunk is mindig az utolsó az ebédnél, akinek így jellemzően a csirkefarhát maradt, de mindig elmondta, hogy nem gond, ő ezt szereti a legjobban... mint én, a legkisebb unoka, aki meg megkapta a kakastaréjt.

Látjuk tehát, az élet tele volt bizonytalansággal, kellettek a biztonsági kapaszkodók. És ez természetesen kihatott a hangulatra is.

Az előbb említett nagymama a családi ebédeknél mindig meghúzódott a nyári konyhában a kis farhátjával, miközben az asztal körül emelkedett a hangulat: hatalmas röhögések rázták meg a falusi ház falait. Hallgatott, nagyokat hallgatott, néha megcsóválta a fejét, majd csendesen megjegyezte: „Figyeljétek meg, meglesz még ennek a böjtje!”

Valahogy nem volt ildomos vagy kifizetődő túlzottan jókedvűnek lenni – mint ahogy az is gyanút keltett, ha az ember állandóan rosszkedvű volt. A szürkeség szűk terében volt érdemes mozogni, ott nagy baj nem érhetett. Az tűnt veszélytelen területnek.

A bizonytalanság veteránokra jellemző kezelési módja tehát a biztonság keresése. Láttuk, ezt nyújthatja az ebéd, a hagyomány vagy a Kossuth rádió. De valamiben meg kell találni a biztonságérzetet – és ha megvan, akkor azt meg kell ragadni, s megmutatni a családnak, a gyerekeknek. Ez egy küldetés, a veteránok ezért is próbálnak beleszólni a fiatalabbak életébe: mert segíteni szeretnének.

Látták és átélték helyettünk mindazt, amit nekünk szerencsére nem kell.

A veterán az analóg világ gyermeke, és ha teheti, az is marad: „Kicsik ezek a gombok, fiam, az én ujjaimnak.” Mindennek ellenére talán ez az utolsó kreatív generáció, amelynek a tagjai a semmiből is tudnak valamit kreálni – offline. Talán pont ez a nélkülözés, pont ez a kalandos életút eredményezi, hogy bármilyen elhullott gyümölcsből képesek valami ehetőt vagy ihatót varázsolni, vagy hogy a havi hatvanezres nyugdíjból nyolcvanezret tesznek félre, és mégis életben maradnak.





4. AZ ÖNZŐNEK TITULÁLT HŐS NEMZEDÉK: A BABY BOOMEREK (1946–1964 KÖZÖTT SZÜLETETTEK)

A fiú családirag látogatja meg hatvanas éveikben járó, rég nem látott szüleit. Külföldön dolgozik, ott is élnek, ritkán jár haza. Pár napja már Magyarországon vannak, így pihentebben tudnak menni a szülőkhöz. De azért a biztonság kedvéért telefonon hazaszól, hogy kb. fél óra múlva érkeznek. Apja veszi fel a telefont, és megnyugtatóan: „Gyertek csak, már meg van terítve!” Délelőtt tíz óra van.

A veteránokat követő, háború után született nemzedék elnevezése „baby boomer generáció” lett. A kifejezés arra utal, hogy a második világháborút követően hirtelen drasztikusan megugrott a gyermekvállalási „kedv” a háborúban érintett térségekben, amit számos – főleg autoriter – országban a születéskorlátozás tiltása vagy megnehezítése is előmozdított. Magyarországon ez a jogszabályi szigorítás a Ratkó-korszakhoz köthető, de ez sokkal rövidebb időszak volt, mint a baby boomerek születési tartománya.

A baby boomer (BB) generáció alapélménye a hidegháború, a rádióból és a tévéből érkező folyamatos, de sokszor nem közvetlenül átélt fenyegetettség.

A baby boomer generáció fiataljai újragondolták az életet. Elfogadták a korábbi időszak porosz, hierarchikus szabályozottságát, de valami mást is akartak az életben. Kerestek valamit, ami addig nem volt (vagy nem volt általános), és amire vágytak a szívük mélyén. Nem tudták kimondani, hogy mi az, de talán valami olyasmi, mint a szeretet, az elfogadás. Bárkinek és bárminek az elfogadása az érthetetlen öldöklés és gyűlölködés ellenében.

És ezért lettek önzők. Mint említettem, 1976-ban Tom Wolfe hívta először önző, csak önmagukkal foglalkozó generációnak a baby boomereket, mert az őket megelőző nemzedék gondolkodásából messzemenőig hiányzott az énközpontúság.

A baby boomerek bűne Tom Wolfe szerint az volt, hogy felismerték,

az életet nem túlélni, hanem megélni kell,

ami nem megy saját magunk ismerete és elfogadása nélkül.

Az önmagunk megélésére tett kísérlet számos zsákutcás kísérletbe torkolt, de nem maradt hatástalan. A baby boomerek felszabadították a gyerekeiket, mert nem akarták azt adni nekik, amit még ők kaptak, és ezzel bizony elindították az individualizmus forradalmát. Figyelem: nem az Y, nem a Z, hanem a baby boomer generációhoz köthető ez!

A baby boomereké az utolsó generáció, amelynek a tagjai még magázták a szüleiket, és az első, akiket tegeztek a gyerekeik.

Furcsa kettőssége volt a kornak, hogy a gyerek unokák tegezték, a felnőtt gyerekek pedig magázták a nagyszülőket. Sok veterán szemében volt ez hiba, az egyértelmű elhibázott első lépés a tiszteletlenség, a felbomló hagyományos emberi kapcsolatok felé vezető úton. És nem is voltak restek ezeket a hibákat a baby boomerek szemére vetni.

Mindeközben a baby boomerek kitalálták és felszabadították az utókornak a szeretetet, de ők maguk nemigen tudtak mit kezdeni vele, inkább csak énekeltek róla.

Legitimálták a szexet, amivel lefektették a nemek közötti egyenlőségi mozgalmak alapjait is.

Generációs jegyeik azonban ekkorra már rögzültek, így jellemző rájuk a poroszos, rideg és hierarchizált gondolkodás, amit otthonról hoztak magukkal.

A baby boomerek nem véletlenül a legnagyobb etetők: a szeretetnyelvük minta hiányában meglehetősen korlátozott. Nehezükre esik sokszor a testi érintkezés még a gyerekekkel is, sokuknak az ölelés éppúgy hiányzik a kelléktárából, mint a puszi vagy a tutujgatás. Miközben tudjuk, hogy mindent megtesznek a családért, a gyerekeikért (a csillagokat is lehozzák, annyit dolgoznak, megfőznek és megsütnek mindent), addig az érzelmek látványos kifejezését senki sem mutatta vagy tanította meg nekik. Egyedül kellett ezt a területet felfedezniük, kitalálniuk és megélniük.

A felnőttek tekintélye a családon belül még elvitathatatlan, a szülők voltak a „Hogyan kell élni?” típusú tudás birtokosai és átadói. Ugyanakkor – két világégit követően – világossá vált az is, hogy az öregek valamit nagyon elrontottak a világgal kapcsolatban. Így ők lettek az első, akik meg merték kérdőjelezni, hogy biztosan jól van-e minden úgy, ahogy a szüleik csinálják. Ebből nőtt ki a diákmozgalmak, a hippikultúra és a beatnemzedék.

A szeretet másik megnyilvánulási formája a baby boomerek körében a hangos aggódás. Ennek egyik tipikus megnyilvánulási formája a túlóltöztetés, a bevezetőben már említett „Sapka, sál!” elvárás. De a „Jobb félni, mint megijedni!” mellett számos más bölcsesség megfogalmazza ezt az aggodalmaskodást. A „Nem lesz ennek jó vége!” vagy az „Érted haragszom, nem ellened!” mind azt fejezik ki, hogy a baby boomer óvja a gyereket. Csak éppen azt nem tudja, hogyan is kellene ezt csinálni, mert semmilyen mintát nem kapott hozzá. Nekik kellett kitalálniuk, ők az első generáció, aki ezzel a kérdéssel egyáltalán foglalkozott.

A baby boomer azokban az időkben nevelte a gyereket, amikor teret nyert a női munkavállalás. Ezzel párhuzamosan a gyerek szocializációjában egyre nagyobb szerepet kaptak az intézmények, a bölcsi, az óvoda, az iskola. Nem véletlen, hogy a hetvenes–nyolcvanas években tetőfokára hágott az oktatási intézményekbe vetett bizalom, akkoriban nem volt szokás megkérdőjelezni egy intő jogosságát vagy a

pedagógus nevelési módszereit, a pedagógust magát meg pláne nem.

A baby boomerek tekintélyelvű neveltetéséből sok egyéb generációs jegy is levezethető. A BB-s mindenekelőtt egy

felnőttorientált világban

gondolkodik, ahol a világgal kapcsolatos tudás az életkorral növekszik, ezért az idősebbeknek kijár a tisztelet, és maguk a baby boomerek is kiérdemlik majd azt. Ebből származik az életkoralapú hierarchiák iránti tiszteletük, és betagozódásuk az ilyen szervezetekbe. A BB-s tiszteli a hagyományos értékeket és a tradíciókat. Nekik még jelent valamit az „Amit szabad Jupiternek, nem szabad a kisökörnek!” mondás és társai, amelyek mind a tapasztalt idősebb emberek családon belüli és munkahelyi előrébbvalóságát fejezik ki. „Mert amíg az én kenyere eszed, addig az van, amit én mondok!” Ugye?

Ugyanennek a vonulatnak a része a tudás minden határon túli tisztelete, ami olyan gondolatokban érhető tetten, mint a „tudás az egyetlen, amit nem vehetnek el tőled”, „a tudás hatalom”, vagy „az annyit érsz, ahány nyelven beszélsz”.

A késő Kádár-kor tudásalapú szórakoztatóipara, a *Lehet egy kérdéssel több?* vagy az *Elmebajnokság* nem egyedüli a világban, ezek a műsorok akkoriban mindenütt nézők millióit vonzották. A tudás pedig egy felnőttorientált társadalomban egyértelműen az életkorhoz kötődik: minél idősebb valaki, annál bölcsőbb, tapasztaltabb. Nem is kérdés, hogy a munkahelyen ki az, aki a legnagyobb értéket képviseli, és akitől a legtöbbet lehet tanulni. A mai napig vannak szakmák, amelyekben megmaradt a hierarchikus, poroszos tekintélyelvűség, és a karrier egyértelműen az életkor (s nem feltétlenül a naprakész tudás) függvénye.

A felnőttorientált társadalom, a tudás mint érték, vagy az életkor és a tudás összefüggése

a hosszú távú gondolkodást segítette elő – mindent években, évtizedekben mértek és tudtak elképzelni.

A karriert évtizedekben tervezték, a társadalomban elfogadott egyéni célokat szintén a jövőbe lőtték ki. Így ennek egyértelmű következménye, hogy e generáció egyik trendje a hosszú távban gondolkodó ember: például az ilyen cégvezető egy projektet mindenképpen hónapokra kalkulál. A mai fiatalok világából ez többnyire hiányzik: „Csináljuk meg! Most! Ha mi nem csináljuk meg, akkor megcsinálja más. Csináljuk meg, maximum nem lesz jó – és akkor mi van?” Ez a startupkultúra egyik lelki alapja, ami egyértelműen egy másik generáció trendje. Nehéz mind a kettőt éltetni önmagunkban: vagy ez, vagy az. A mai kor rövid távú gondolkodásának chipjei alapvetően hiányoznak a baby boomer programozásból.

Érdekes, de ez még a gondolkodásunkat is befolyásolja. Én a mai napig emlékszem a szüleim vezetékes telefonszámára 1988-ból. Vagy a középiskolás haverom Matáv-számára, amit minden este feltárcsáztam. Ugyanakkor csak valami nagy fenyegetés hatására jutna eszembe a legközelebbi hozzátartozóim mai mobilszáma – benne van a telefonban, miért kellene megjegyezni? (Persze ez már digitalizációs téma is, mégis van ok-okozati összefüggés.)

A poroszos nevelés és a hagyományos értékek – kor, munka, család – rendületlen tisztelete vezet oda, hogy van még egy baby boomer generációs trendünk: ez pedig a

reménytelen feladatorientáltság.

Sok családban ismeretlen jelenség a nagyszülők vendégeskedése: ők azt szeretik, ha akkor jöhetnek, amikor segíteni kell, például egyedül van a gyerek,

vagy a szülők el akarnak menni moziba. De ismerjük azt a képet is, amikor a vendégségbe érkező nagymama kivasalja a tiszta ruhát, a nagypapa pedig segít a kertben megmetszeni a fákat, amiben persze az a rosszallás is benne van, hogy mi nem foglalkozunk a gyümölcsfákkal rendesen: „Na nem baj, most megmutatom. Újra.” Az etetés a szeretet kifejezése mellett feladat is; nem fordulhat elő, hogy a baby boomer szilveszteri családi összejövetelén a hentestől hozott „bóti” kocsonya kerüljön az asztalra. Nem, az ilyesmivel meg kell szenvedni, ugyebár „előbb a munka, aztán a pihenés” (a pihenés amúgy gyakran el is marad, hisz „majd pihenek én a sírban eleget”).

Neveltetésüknél fogva a baby boomerek is hajlamosak a spájzolásra, de nem abban az értelemben, mint a veteránok, hogy tartósélelmiszer-készleteket halmoznak fel, hanem inkább abban, hogy szeretik kiaknázni az akciók lehetőségeket, és nem szívesen dobnak ki semmit. A BB-s nem szeret többet költeni a kellenél (bármit jelentsen is ez), bevásárláskor rendkívül árérzékeny, olyannyira, hogy azt sem bánja, ha ez alkalmasint a minőség rovására megy.

Lakásában vígan megfér egymás mellett a furnérszekrény és az ónémet tálaló, a pincében megvan még a Rakéta porszívó és a Szaratov hűtő, a beépített szekrényben pedig ott a nagymama damasztabrosza, szigorúan az ünnepi alkalmakra.

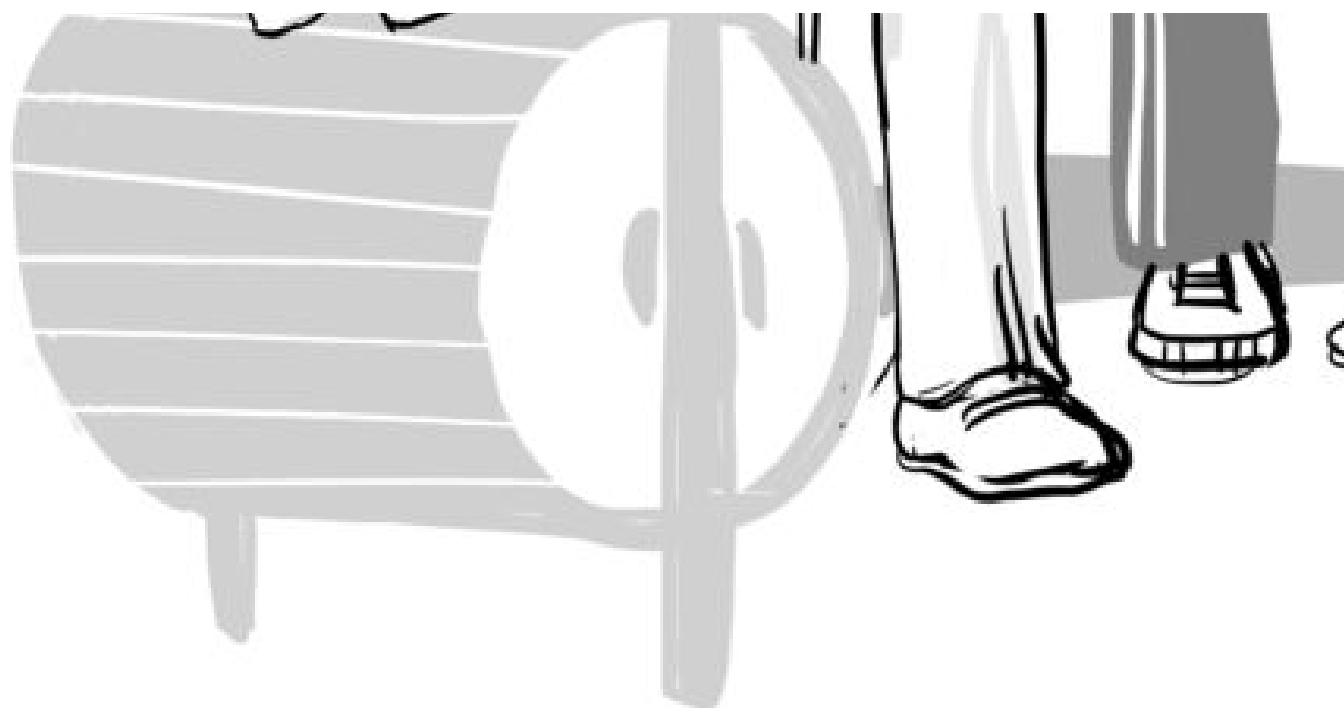
A baby boomer nehezen dolgozza fel, hogy a „gyerekek” képesek a fán hagyni a gyümölcsöt, és nem ugranak ki a „hobbikertbe”, amikor érik a cseresznye, a málna vagy a barack. Az ő szemükben ez megengedhetetlen pazarlás, hiszen a le nem szedett gyümölcsből nem lesz lekvár, és akkor mit kenünk télen a palacsintára? Hogy ma már nincs minden hétvégén palacsinta, és lekvár helyett a legtöbb gyerek a Nutellát (és bizony, a Földért aggódó Z-sek lassan már azt sem...) vagy a csokikrémet választaná, az e tekintetben másodlagos kérdés. A pazarlás minden módja fáj.

Ne feledkezzünk meg ezen a ponton arról sem, hogy a baby boomerek, bár kirobbantották a szexuális forradalmat, gyerekkorukban nem sok tapasztalatot szerezhettek a férfiideálokkal kapcsolatban. Az 1960-as évek nőideálja sokat enged láttatni, és dús idomokkal van megáldva, a férfiak azonban sohasem meztelenek, még felül sem. Ki tudja megmondani, milyen volt James Dean hasizma, vagy hogy volt-e egy pici pocija a fiatal Marlon Brandónak? A hatvanas évek férfiideálja mintha bőrdzsekiben született volna, igézően tudott átnézni a cigifüstön, és ez nagyjából minden, amit tudhatunk róla, miközben a nők bájai kezdtek nagyon is láthatóakká válni. Körülbelül ez a klasszikus „macsó férfi” archetípus (a „retrószexuális” férfi modell) hatyúdala is egyben. Mindez kihatott persze a szépségiparra is: az akkori apák kozmetikai szettje kimerült a farzsebben tartott mustárszínű nyeles műanyag fésű és a Bac spray kombinációjában, és csak később került be a Barbon borotválkozócsalád vagy a Bánfi hajszesz.

És ahogy a fejezetet bevezető kis szösszenet is mutatta, azért a szeretetet, ha esetleg ki nem mondják is, rengeteg mindenben meg- vagy bemutatják a baby boomerek. Csak tessék felismerni!

Hiszen ugyanúgy azt jelenti, hogy „szeretlek”, ha azt hallod otthon, hogy „Vigyázz magadra!”, hogy „Ettél már?”, hogy „Ezt mind neked csináltam!” vagy hogy „Hívj, ha hazaértél!”. És nagyon fogják várni, hogy hívd őket, ha hazaértél. Mert ha nem hívod, rögtön azt gondolják, hogy baj van.





5. A SIKERRE ÍTÉLT GENERÁCIÓ: AZ X-ESEK (1965–1979 KÖZÖTT SZÜLETETTEK)

Az anyák nem voltak túlképezve, nem olvastak a terhesség előtt szakirodalmat, maximum szerelmes regényeket. Nem okoskodtak, nem paráztak, egyszerűen csak csinálták, amit az ösztöneik diktáltak. Nagyon jól tették. Mostanra csupa túlképzett szülő igyekszik mindent megtenni azért, hogy jól csinálja a dolgát, közben pedig napi huszonnégy órában marcangolja magát, hogy vajon elég jó szülő-e. (Forrás: <https://nlc.hu/baba/20141220/gyerekkor-regen-es-most/>, de idézhetném bárholnan...)

Az X az első technológiaorientált generáció. A hatvanas évek közepére datálható a 20. századi (analóg) ipari forradalom időszaka, amikor egyre több családban jelenik meg a mosógép, majd a centrifuga is (külön), a porszívó, a lemezjátszó vagy később a kazettás magnó. (Fiatal olvasóimnak: a kazetta a CD őse. Hogy mi a CD? Hát, valamennyire a Spotify őse...) Ez a változás indukálta a következő generáció létrejöttét, amiről akkor még persze nem tudott senki – a nemzedék neve utólag született meg, mint az összes korábbi korcsoport esetében is.

A generáció nevét a kanadai Douglas Couplandhez köthetjük, aki 1987-ben írt egy cikket *Generation X* címmel a *Vancouver Magazine*-ba a figyelembe nem vett, ismeretlen nemzedékről. Később ebből született meg az a regény, amelynek a korcsoport elnevezését köszönhetjük.

Az X-esek számára a külvilág már nem volt annyira közvetlen és fenyegető, mint a korábban született nemzedékeknek. A korszellemnek megfelelően a többség jellemzően egy-két évesen kiesett az anya közelségéből, bölcsődébe és óvodába jártak, hiszen ez volt az az időszak, amikor a nők is tömegesen dolgozni kezdtek. Ilyenformán az X-es az addig jellemzőnél sokkal hamarabb került szoros kapcsolatba a vele egyívásúakkal.

„Anyjáról egészségesen levált” – adott értékelést rólam a pszichológus, akihez azért kellett elmenni, mert a cseresznye, amit rajzoltam, inkább hasonlított egy S betűhöz, mint egy 0-hoz, én viszont ragaszkodtam hozzá, hogy az cseresznye. A pszichológus véleménye elegendőnek bizonyult ahhoz, hogy az iskolában a továbbiakban ne nézzenek hülyének: ha egyszer a gyerek egészségesen le van válva, akkor, ugye, minden rendben...

Bármennyire vitatnánk, a szakirodalom is „az első magára hagyott generációnak” hívja az X-et. A korán elvesztett anyaközelség miatt e nemzedék általános alapélménye

a bizonytalanság

lett (akárcsak a veteránoknak!).

De az X-esek válasza erre az élményre teljesen más lett, mint a veteránoknak. Ők nem keresték az állandó biztonságot, sőt: a változás motorjaivá váltak. Azt kutatták, hogy a folyamatosan változó világban miképpen lehet megtalálni azokat az eszközöket, tényezőket, amelyek biztosítják a sikert, a jóllétet. Olyan dolgokkal akarták körülvenni magukat, amelyek támogatják az alkalmazkodást a folyamatos változáshoz.

Ez lett a

bizonytalanság biztonsága.

Ők az első olyan generáció, amelyik számos komoly kérdésre nem otthon, hanem baráti körben kapta meg a választ. Ezek a válaszok persze finoman szólva sem bizonyultak jónak (főleg a szerelem vagy a szexualitás terén), és erre olykor rettentő kínos körülmények között derült fény.

Külön szó is létezett az X-es gyerekek szülő nélküli cseperedésére, ők voltak a

„kulcsos gyerekek”.

Gyerekek, akik valamelyikük családjának a lakásában, az utcákon és a parkokban, a lakótelepek házai között bandázva, zsíros kenyérrel a kezükben várták, hogy apa vagy anya hazaérjen. Mindent egymástól tanult meg a galéri: hogyan kell visszarakni a leesett bicikliláncot, a fára mászás során megsebzett térd kezelését, de azt is, hogy mitől lesz gyorsabb a foci. A lányok egymásnak mutatták meg, milyen trükkökre képes a Moncsicsi, de később a tamagocsi ápolása is központi téma volt. Mindenki életének a teljessége, hatékonysága attól függött, hogy mennyi haverja van, és azok milyen kaliberű srácok.

Hiába próbálnám tagadni X-es voltomat, minden gondolatom a kulcsos gyerekséghez köt. Így kedvenc gyerekkori filmjeim is tulajdonképpen mind erről szóltak: az Utánam, srácok!, A fantasztikus nagynéni vagy a Keménykalap és krumpliorr mind-mind ezt a szülőmentes szabadságot, korlátatlanságot, egyszerűséget és az egymás felé fordulást tematizálta. És jó szándékúan elhallgatta mindazt, ami emögött volt. Nem igaz, hogy minden tökéletes volt. Nem igaz, hogy mindenki angyal volt, rendes és szófogadó. Csupán kellően régen volt már.

A hovatartozáshoz nagyon fontos volt a külső is: mivel még híre-hamva sem volt az online platformoknak, a külső jegyek mutattak irányt, ki hova, melyik bandához, zenei irányzathoz tartozik. Ránézésre lehetett tudni, hogy ki punk vagy rocker. De még azt is, hogy ki depeche-es, brosos, U2-s vagy éppen bonanzás. Az X-esek szeretik azt hinni magukról (és ezt is kommunikálják), hogy akkoriban mindenki visszafogott, rendesen öltözködő jó tanuló volt – nyilván ez így harminc-negyven év távlatából jól is hangzik, csak hát nem igaz. Valóban nem volt annyi lehetőség az öltözködés terén, mint manapság – de nem csupán a gyerekek, a felnőttek sem válogathattak nagy kínálatból. Egész egyszerűen az egy ilyen korszak volt. Ám azt gondolni, hogy akkoriban gyerekként öltöztek és viselkedtek a gyerekek, ma pedig

fiatal felnőttként, hamis nosztalgikus ábránd. Pláne, hogy sokszor az akkori hatéveseket hasonlítja össze az emlék a mai tizenkét évesekkel.

Az anya hiányára és ennek nyomán az X-esekbe ivódott bizonytalanságra, tipródásra a generáció olyan csattanós választ adott, amely a mai napig meghatározza lényegében minden cselekedetüket: ez pedig

az élet minden pillanatát átható maximalizmus.

Az X-es magával, de másokkal szemben is maximalista. Ő az, akinek nem a munkahely a második otthona, hanem az otthon a második munkahelye, bár ezt sosem vallaná be magának. Mégis valósággal beköltözik a műhelybe vagy az irodába, családi fotókat és más relikviákat pakol az asztalra. Semmi kivétlnivalót nem talál abban, hogy a saját növényeivel díszíti a teret. Hiszen ez a második otthona! (Na ja, de azért kérdezz rá a környezetedben egy huszonévesnél, hogy ő ehhez mit szólna...!)

Az X-es maximalizmusa oda vezetett, hogy rengeteg időt tölt a munkahelyén, számolatlanul – és sokszor fizetés nélkül – túlórázik, s folyton magára húzza a feladatokat. Az X-es ugyanis

afféle Bruce Willis,

aki mindig „belekényszerül” a magányos hős szerepébe. Valójában azonban maga keresi a bajt, mert a perfekcionizmusa megakadályozza abban, hogy jól delegálja a munkát.

„Itt minden csak akkor működik, ha én csinálom meg” – ez az X-es alapvető életérzése a munkahelyén, ami sokszor visszaüt a magánéletben is.

Ám e tökéletességre törekvő, maximalista attitűd mögött mindvégig jól kivehető maradt a bizonytalanság. Nem véletlen, hogy az X-esek hozták divatba a pszichológushoz járást vagy a párkapcsolati tréninget. Elég arra gondolni, hogy kiknek és mikor forgatták a *Maffiózók* (*The Sopranos*) című örökbecsű sorozatot, amelynek középpontjában a pszichológushoz járó New York-i maffiavezér áll.

Mindenesetre a saját korosztálytól kapott válaszok is válaszok voltak. Ez pedig lehetővé tette, hogy az X-esek egyszer és mindenkorra megkérdőjelezzék azokat a mítoszokat, amelyek az idősebbekhez mint a tudás hordozóihoz kapcsolódtak. Azt, hogy egy X generációs számára nem triviális, hogy egy veteránnak vagy egy baby boomernek feltétel nélkül igaza van, Magyarországon megerősítette a rendszerváltás és az azt követő átalakulás is. Az X-esek éppen a rendszerváltással léptek be a munkaerőpiacra, ahol friss, új világhoz alkalmazkodó tudásukkal, a multik számára aranyat érő terhelhetőségükkel nagyon gyorsan törtek előre,

valósággal kilökték a pozícióikból az újukba álló baby boomereket – és
pláne a veteránokat.

Ebben a minőségükben is olyan helyzetekbe kerültek, amelyeknek a kezelésére nem voltak mintáik, így máris belekeveredtek egy újabb Bruce Willis-es szituációba. Hogyan kell fiatal embereknek nagy intézményeket, komplett vállalatokat vezetniük? Milyen a karrierjét is megélő nő, feleség és anya? Ezek a helyzetek aztán a végletekig kiélezték az X-esek maximalizmusát, mert határozottnak kellett látszaniuk, és komoly követelményeket kellett megfogalmazniuk mások ellenében.

És mi is az X generáció tagjainak nagy tragédiája? Hogy a bizonytalan maximalizmusukat a világtörténelem teljes mellszélességgel támogatta. Ez a nemzedék állandóan csak nőtt és nőtt. A (világ)gazdaság hozzásegítette ahhoz, hogy folyamatos haladással, egyre látványosabb jóléttel, hihetetlen mértékű technikai-

tudományos modernizációval nézhessen szembe. Nem, még a 2008-as válság sem volt valójában akkora mértékű, hogy megtanította volna az X-eseket a veszteség kezelésére, értelmezésére. Így amikor munkába álltak az Y-ok, ők nem tudtak velük mit kezdeni. Amikor pedig megszülettek a Z-s és alfás gyerekeik, akkor az X-esek mindent meg akartak tanulni arról, hogyan lehetne ezt (is) a legjobban csinálni.

E manifesztteremtéshez szokott generáció folyamatosan az egyre látványosabban megjelenő érzelmekkel küzd.

Tanul, olvas, képzi magát. Pszichodráma, asztrodráma, szomatodráma. Vagy dühöng, hisz a korábbi önérvényesítő technikái nem működnek. Mérges, frusztrált, csalódott. Ez a generáció valahol az átmenet korcsoportja, rengeteg pofont kapott (és kap) az életben. És most egy nagyon nehéz időszakba léptek megint. Támogatni kell őket, mert a figyelem már évek óta nem rájuk irányul – miközben még igen fiatalok!

Az X-esek bizonytalanságában sok más tényező is szerepet játszott. Cseperedésük egybeesik a nemi szerepek elmosódásával, hiszen anya éppen úgy dolgozott, mint apa. Ez az időszak a hatvanas évek szexuális forradalma utáni visszarendeződés ideje, amivel egy időben megjelentek a férfifelsőtestek a mozivászonon. Sylvester Stallone, Arnold Schwarzenegger vagy Chuck Norris nem bőrdzsekis jampik, hanem félmeztelen (esetleg atlétatrikós) ikonok, ugráló kar- és mellizmokkal, kigyúrt hassal. Jóllehet az X-esek otthon még nem ezt látták, de köztük lett először divat a futás, a gyúrás és úgy általában a kinézet. Ez még nem az új típusú férfiszépség tisztelete, csak az elvárás, hogy egy férfi is adjon magára „valamennyit”.

A bizonytalanság és a maximalizmus a szülőségben is megjelenik. Ezért van, hogy az X-es mindent meg akar adni a gyerekének, amit ő maga – úgy véli – nem kapott meg veterán vagy baby boomer szüleitől. Az X-es a bizonytalansága miatt (Jó szülő vagyok? Tényleg jó anya vagyok?) túlfélti a gyermekét, és mindent megtesz azért, hogy ezek a félelmei ne válhassanak valóra. Az X-esek kollektív bizonytalansága miatt vált kötelezővé a bukósisak viselése a bicikliző gyerekek számára, ők hozták divatba, hogy a gyerek ne menjen egyedül az iskolába, hanem vinni kell. Ha az X-es gyerekként otthon hagyta az uzsonnáját, éhezett; ha a lakáskulcsát felejtette el magával vinni, akkor a lépcsőházban várta meg az anyját. Ehhez képest az X-es szülőként beviszi a suliba az otthon felejtett uzsonnát és a lakáskulcsot, részben persze azért is, mert a mobiltelefonon keresztül tudomást szerez az eseményről, nem úgy, mint az ő szülei.

Az X-es szülőként állandóan „bajmegelőző” üzemmódban van. Klasszikus helikopterszülő, akkor is ott repked vigyázó szemmel a gyerek felett, amikor azt semmi sem indokolja. Szülőként is maximalista, az ő gyermekét nem érheti lelki sérelem sem. Miközben ő maga letolást, rossz esetben sallert kapott, ha intőt vitt haza, az ő gyereke már nem lehet hibás, hiszen az azt jelentené, hogy ő maga rontott el valamit szülőként. A hibás csakis a tanár lehet, az X-es csemetéje semmiképp. Ennek hátterében az áll, hogy az X-es ilyenkor azt érzi, nem a gyermekét, hanem őt magát mint szülőt érte támadás. Hiszen valaki azt állítja, hogy ő rosszul csinált valamit. Tehát rossz szülő. Jaj, ez a fránya bizonytalanság a maximalizmusban!

Magadnak tanulsz, nem nekem!” – „Annyi ember vagy, ahány nyelvet beszélsz!” – Szerintem mindenki fel tudna idézni legalább még egy ilyen mondást gyerekkorából, akinek baby boomer szülei, pláne tanárai

vannak/voltak. Nemrég megkérdeztem a Facebookon a mostani szülőket, hogy van-e aktuálisan valami magvas bölcsességük a régiek helyett, amelyet a mai gyerekeknél be lehet vetni. Nem igazán volt. Ezeket is a mostani szülőknek kell kitalálniuk.

Mindössze egy akadt, ami – kicsit szerkesztve – aktuális lehet: „Amíg az én



wifimet használod, az lesz, amit én mondok!”

Hát igen. Csak egészség legyen, és térerő!

És mivel nem derül ki, hogy most akkor tökéletes-e, vagy sem, ezért a bizonytalansága saját magára is irányul. Így hát örömmel bírálja önmagát. Elég csak a neten megkeresni „A gyerekkor régen és most” típusú szösszeneteket. Rengeteg van belőlük, és mind a nyolcvanas éveket (az X-es gyerekkorát) hasonlítja össze a mával (amikorra az X-es szülősége esik). Vagy olvassuk el újra a fejezet bevezető cikkrészletét! Hát ki csinálja most ezt a mai gyerekekkel? Nem a mai szülők?

A mai szülőknek sokkal tudatosabbaknak kell lenniük, mint a korábbi időszakéi voltak. Eltűntek a régi minták, a felgyorsult digitális térben nem tudjuk átadni a

tapasztalatokat. Valaki úgy fogalmazott, hogy a mostani szülői generáció elvesztette a gyökereit, és ki kell találnia az „új” szülőség tartalmát. Na, ez is az X (és lassan az Y) generáció feladata. A nyolcvanas években, ha a szülő kiengedte a gyereket az utcára játszani, akkor (kicsit leegyszerűsítve) nyugodt lehetett, hogy megoldotta aznapra a gyerekkel való foglalkozást. Ezt ma már nagyon kevés szülő meri megtenni. De ha nem foglalog le a gyermekedre, manapság sokkal több lehetősége van „nem unatkozni”. Akkor csak a tévé volt – és tévéfüggő is volt az egész társadalom! Ma viszont, az internet és az okoseszközök világában, a csábítás lehetősége végtelen. Ha nem figyelsz oda, könnyen beszippanthatja akár olyasmi is a srácot, aminek te nagyon nem örülnél.

1996. A farmerem zsebét lehúzza a súlya, de büszkén cipelem. Várom, hogy „véletlenül” megszólaljon itt, a barátaim körében. Végre csörög! Mindenki döbbenetesen néz körbe, mire én – nagy nehezen – kirángatom a zsebemből ezt a letisztult, igazán kicsi, bár nem könnyű csodát. És beleüvöltök, mert fogalmam sincs, hogy kell egy mobilba beszélni.

Nokia 5510. A társaságban nekem volt először. A korszak fiatalságának egyik büszkesége. Volt rajta játék is! Egy. Az almát evő kígyó. Legalábbis én csak ezzel játszottam. Telefonálásra nem igazán volt pénzem. Viszont három másodperces hívások tömkelegét intéztük. No hát, aki ezt érti, annak nem kell elmagyaráznom a „generációs élmény” fogalmát.

Az X-es az első technológiavezérelt generáció, imád minden újdonságot. A kvarcóra óta rákapott előbb a hifitoronyra, majd a Commodore 64-re, azután pedig a digitális világ minden új eszközére. Legfeljebb mostanában kezdi azt érezni, hogy nem tudja már olyan gyorsan követni a változásokat, ahogyan szeretné.

Ennek ellenére ők az utolsó masszívan összejárós csapat a generációk történetében. Az X-es még látja értelmét egy sörözésnek, ha nagyon meg akar beszélni valamit a barátaival. Mindez a munka világában is megfigyelhető: az X-es networköl. Ha pedig mestert keres valamire, először az ismerősök között néz körül, mintha egy jó szerződés nem jelentene nagyobb biztonságot számára. Mindez logikus következménye a kulcsos gyerekségnek, a közös, grundon eltöltött gyermekéveknek – ha ott és akkor ez volt a leghatékonyabb, nyilván itt és most is ez a siker titka.

És elindul az a meghatározó folyamat, amely a jelenkorunkat annyira jellemzi: a kulcsos gyerekség okozta elmozdulás a tudásátadás irányába. Ez az elmozdulás minimális volt az évek során, de egyre dinamikusabb és látványosabb lett. És habár az X-esek (legalábbis gyerekként) még erősen hisznek a hierarchiákban, egyre inkább megfigyelhető, hogy egymás felé fordulnak a kérdéseikkel, tapasztalásaikkal. És lassan, alig tapinthatóan, megreccsennek a felnőttorientált társadalom alapjai, s megkezdődik az alapozása a

kortársorientált társadalomnak.

A társadalom még hibrid, maguk az X-esek is azok: érzik, hogy a jövőhöz szükséges tudást az idősebb generáció tagjaitól kaphatják meg – a mindennapokban, a jelen pillanatában a kortársak mégis hitelesebbek számukra.

De ami minden X-ben közös: a változás megélése. Ahogy már utaltam rá ebben a könyvben, a klasszikus X-eseknek rengeteg változást kellett megélniük. Ez lett az ő válaszuk a bizonytalanságra (szemben a biztonságot kereső veteránokkal). Egy jó X-es akkor is változást keres, ha azt semmi nem indokolja. Ez a bizonytalanság biztonsága. Nem azt fürkészi, hogy hol találhat egy biztonságos zugot ebben a

rohanó világban. Imádja a rohanó világot a maga minden bajával együtt, éppen ezért azt keresi, hogy mik azok az eszközök, kütyük, szolgáltatások, bármik, amik partnerei lesznek ebben az utazásban. Tanácsadó, coach, privát bankár, GPS, fintech, kártya nélküli fizetés – mind hozzásegítenek a változáshoz, és nem kivezetnek belőle. A bizonytalanságra az X generációs válasz az állandó változáshoz való folytonos adaptáció.



6. A KETTÉSZAKADT NEMZEDÉK: AZ Y GENERÁCIÓ (1980–1994 KÖZÖTT SZÜLETETTEK)

Folyamatosan kutatjuk a generációkat, különbözőségüket, hasonlóságukat. Többek között ún. fókuszcsoportos beszélgetéseken leülök nyolc-tíz fővel egy adott korcsoportból, és velük beszélgetek. Egyszer a kedvenc gyerekkori mesék volt a téma. Döbbenetes volt átélni, ahogy kiderült: nincs közös gyerekkori élményük az 1988-ban és az 1992-ben született fiataloknak. Nem emlékeztek egymás gyerekkori meséire, mások voltak a meghatározó pillanataik, a tapasztalataik. Ekkor fogalmazódott meg bennem a fejezet címében szereplő elnevezés erre a generációra.

1979-ben a Sony piacra dobta a világ első zsebmagnóját, a walkmant, és az első évben kétszázmillió darabot értékesített belőle. Hogy mi köze mindennek a generációkhoz? Nagyon is sok.

Eddig az időpontig a zene alapjaiban határozta meg a korcsoportok világát, szubkultúrákat tartott egyben, és állított szembe másokkal. Garázszenekarok alakultak gomba módra mindenfelé, hiszen nem volt min és hogy lejátszani a kedvenc zenéket. A walkmannel minden megváltozott: elkezdte bezárni az élményt, individualizálta a zene hallgatását – és ezáltal magát a hallgatót is. Egészen eddig a zenehallgatás magától értetődően közösségi élmény volt, ennek megfelelő aktivitással, nevezetesen táncsal. Sok X-es sírja vissza a táncos házibulikat, de látni kell, hogy a zene individualizálása – és általában a befelé fordulás – felé tett első lépés a walkman szédületes tempójú elterjedése volt a nyolcvanas években.

Ne feledkezzünk meg arról sem, hogy ez a bezárkózás más területeken is elindult és lezajlott a nyolcvanas években. A kvarcjátékok örülete, majd az első számítógépes játékok a mai Xboxokhoz és más online játékokhoz képest „magányos harcosok klubja” volt; nem voltak bennük alkalmi vagy stratégiai szövetségesek, chat, hangüzenet. A játszás maga volt a tökéletes elzárkózás mindenki másától.

És mi következett: megkaptuk

az első individuális nemzedéket, az Y generációt.

Na, ez nagyon nem esett jól az idősebbeknek. Hiába felnőttek már ennek a korcsoportnak a tagjai (a legidősebb Y-os bizony már negyvenéves), az X és a baby boomer életkorúak gyomra menten összeugrik, ha csak meghallják azt a kifejezést, hogy „Y generáció”.

Emlékezzünk vissza, az önmagunkkal való foglalkozás története a baby boomerekkel kezdődött, akik szembefordultak az őseik vélt vagy valós hibáival, ez volt a „Make love, not war” időszaka. Az X-esek tálcán nyújtották az Y-osoknak mindazt, amivel ők maguk befelé fordították a világot. Az Y-osok örömmel fogadták el ezeket az ajándékokat, és nem haboztak igazi individualista generációvá válni. Megtanulták a szüleiktől, hogy rettenetesen fontosak a barátok, és ugyan se idő, se energia a network fenntartására, a világhálónak köszönhetően „ipari mennyiségű” kapcsolatra tettek szert.

Az Y-os meghatározó élménye ugyanis az internet felfedezése. De nagyon lényeges, hogy

az Y generáció az utolsó olyan nemzedék, amelynek minden egyes tagja egy offline világba született bele.

Bármennyire digitálisnak tűnnek is, bármennyire azt gondolják is az idősebbek, hogy ők már az internet gyermekei, valójában nagyon erősen literális gondolkodásúak, az „alaphuzalozásuk még a lineáris, egymás utáni gondolkodást kívánó korszakban történt” (Gyarmathy Éva). Nem, az Y-os még nem bele- és nem is vele született – hanem

belenőtt a digitális világba.

Ennek ellenére még a legidősebb Y-osok többsége is erősen internetfüggő. Igen, az Y az első generáció, amely magáévá tudta tenni a világhálót. Még ha elég sokuk tiltakozik is, és nem szívesen vallja is be ezt valamiért.

Az a globalizáció, vagy hívjuk úgy: szabadság, nyitás, amelyet az internet által a világ megtapasztalt, nagyon megváltoztatta a társadalmunkat. Minden szinten és minden témában. De nem eltűntek az értékek, csak teljesen átalakultak, más lett a tartalmuk. Ezt egyértelműen az Y generáció hozta el nekünk – és emiatt a legtöbb régi nemzedék az Y-osokra dühös. Pedig nem személy szerint ők okozták! Csupán az ő nevükkel fémjelzett világban vált elérhetővé, így ők tudtak a legkönnyebben és leggyorsabban alkalmazkodni hozzá.

„Azt gondolom, hogy a társadalmunk meg fog változni. Azért fog megváltozni, mert az én korosztályom, mondjuk úgy, az ötven felettiiek szépen ki fognak menni ebből a rendszerből. Mi még abban a rendszerben nőtünk fel, hogy az, hogy az ember például hozzáférjen egy marihuánás cigarettához, az egyszerűen elképzelhetetlen volt. Kék útlevél, háromévente nyugati ablak, ötven dollár; arab gyerektől venni még ötven márkát a Váci utcában, stoppal elmenni egy hét alatt Amszterdamba, és akkor ott hozzájut az ember. Ehhez képest ma akinek megvan a kapcsolatrendszere, az húsz perc alatt házhoz rendeli. A világ baromi sokat változott, az én korosztályom abszolút nem tud alkalmazkodni ehhez a történethez. Mi tíz év múlva is azt fogjuk mondani, és tizenöt év múlva is azt fogjuk mondani, hogy a kábítószer ördögtől való, tűzzel-vassal irtani kell. De jön az a generáció, ahol mindenki ismer olyat, aki már elszívott egy spanglit, akkor ők már másképp fognak beszélni a gyerekeikkel a tudatmódosító szerekről.” (Dr. Zacher Gábor; részlet a marihuánáról lefolytatott Puzsér–Zacher-vitából)

A nagyszámú netes haver az Y generáció olyan tulajdonsága, amely rányomja a bélyegét az értékválasztásaikra. Ez is persze a sarjadó éntudat kulcseleme (mint az összes többi), így a világ szépen lassan ráállt

az énközpontúság eddig ismeretlen útjára.

Ennek a korcsoportnak lett a tipikus terméke a sok tehetségkutató műsor, valóságshow vagy a látványosan gyorsan felívelő karrier. Hiszen „tizenöt perc hírnév mindenkinek jár”! Megasztár, X-Faktor, The Voice, Való Világ, Big Brother – mind-mind Y-os médiatermékek (nem is tudnak igazán nagyot szólni ma már ezek a formátumok). Az ilyen műsorokat akkoriban – mi tagadás – imádták nézni az idősebb generációkhoz tartozók is.

Y-os Tóth Vera és Tóth Gabi, Caramel vagy Rúza Magdi. Király Viktor vagy Vastag Csaba. De a hazai top influenszerek jelentős része is Y-os: Dancsó Péter, Szirmai Gergely, Viszok Fruzi, Magyarósi Csaba, a TheVR, hogy csak a legismertebbeket említsük.

Megszűnt a korábbi évtizedek kötődése a klasszikus médiához. Az az érzelmi kapcsolódás, amely a szüleiket odaláncolta a tévéhez, vagy a nagyszülőket az újsághoz és a rádióhoz, elkezdett lebomlani. Lassan, de biztosan. Az Y-osok ugyanis megmászhatatlanul

élményorientáltakká váltak.

És ezt az élményt egyre inkább az új arcok tudták megadni, mégpedig új platformokon. Persze ez nem egy csapásra történt, hanem évek során következett be, de az átalakítás főszereplői az énközpontúságot hirdető Y-osok voltak.

A generáció tagjainak mindennap hozott valami újdonságot a gép vagy a telefon, miközben nőtt be a fejük lágya. Ők az első olyan nemzedék, amelynél nemcsak megkérdőjeleződött az a korábbi álláspont, mely szerint az idősebbek többet tudnak a világról, mint a fiatalok, de időnként

meg is fordult a tudás átadásának az iránya.

Hányszor kerülnek X-esek és baby boomerek olyan helyzetbe, hogy nekik kelljen megkérdezniük a „csitriket”, mit is kell most csinálni a géppel, hogy ez vagy az történjen?

Márpedig ez forradalmi változás az előző generációkhoz képest, mert a hagyományos értékek tisztelete e ponton elveszik. Emlékszünk? A baby boomerekről azt mondtam, bennük erősen munkál a tudat, hogy az életről az idősebbek a tapasztalataik miatt többet tudnak, mint a fiatalok. Az X-esek már sokat tanultak egymástól, így lettek az első kortársorientált generáció, még ha hibrid formában is.

Nos, az Y-osokban nyoma sem maradt az életkor mindent felülíró tiszteletének. A felfelé tekintés megszűnt, a kinyilatkoztató életkora az ő szemükben semmit nem tesz hozzá egy állítás igazságtartalmához. Ezért is tartják az Y-ost nehezen kezelhető munkaerőnek.

Meglehetősen sok tréninget és előadást tartok cégek vezetőinek a 21. századi vállalati vezetésről, a mostani munkavállalók viselkedéséről, elvárásairól. De még így is meglep, hogy milyen mértékű pszichés ellenállás van az Y generációval szemben az idősebb vezetők részéről.

Valószínűleg ez az oka. Az Y az első nemzedék, amelyből eltűnt a kor tisztelete, így rájuk „lehet haragudni”. Azt gondolom, hogy a Z esetében már másképp lesz minden. Ahogy az egyik munkaadó fogalmazott: de hát a mi gyerekeink is Z-ek! Hogy haragudhatnék a saját gyerekeimre?!

De az Y-osok öntudatra ébredése a családon belül is új jelenség. A veterángenerációba tartozó nagyszülők elborzadva látják, ahogy Y-os unokáik a szüleik fejére nőnek, nem fogadnak szót nekik, vitatkoznak velük. Ennek a viselkedésnek az oka nem pusztán abban keresendő, hogy az Y-os már

megtapasztalhatta az életkorban alulról felfelé történő tudásátadás érzését, és ezzel megszűnt az idősebb nemzedékek fetisizálásának a jogalapja. Ebbe az irányba vitte az Y-osokat az is, hogy meghatározó élményük

a miattuk való aggodás

is, a „Sok mindent megkaphatok!” élménye. Már a fiatalabb X-es gyerekek is hallhatták a szüleiktől, de az Y-osok tömegével, hogy: „Mi azért dolgozunk, hogy nektek jobb legyen. Hogy nektek már könnyebb legyen az élet.” Akit lehetett, felsőfokú tanulmányokra ösztönöztek a szülei, így mára ők lettek a legképzettebb generáció. Hogy tudnak-e vele élni, az sok esetben nagy kérdés. Főleg az idősebb Y-ok nagy része tele van X-es attitűddel (úgy mint kitartás, lojalitás, alázat...), és sokuk igazi munkaalkoholista lett a multicégek világában.

A fiatalabbak (megközelítőleg úgy az 1990 után születettek) viszont mintha pont az ellenkezőjét tartanák üdvösnek. Nekik ugyanis egy másik fontos élményt adott a

2008-as válság.

Azt látták, hogy szüleik konkrétan halálra dolgozták magukat. Negyven feletti apjuk magas vérnyomással, egészségtelen koleszterinszinttel, refluxszal, esetleg már túl egy infarktuson mindent megtett a munkáltatójának. Szintén középkorú anyjuk a munkából hazatérve feszült, ideges volt, és az estéit a munkahelyi frusztrációk leküzdése töltötte ki. Aztán jött a válság, és a vállalat egyáltalán nem volt lojális a hozzá lojális szülők iránt. Az első lépés a költségcsökkentés és a létszámleépítés lett: a kimerült szülők elvesztették az állásukat. Majd a devizahitelre vett autót és lakást is. Persze ők ebből akkor még annyit tapasztaltak, hogy nem hozott a Jézuska új mobilt karácsonyra. De az élmény megmaradt.

Az idősebb Y-osok ugyan sok mindent „levettek” ugyanezekből az eseményekből, azonban nem feledkezhetünk meg arról, hogy pont ekkor léptek be a munkaerőpiacra. A munkáltatók teljes gőzzel cserélték le a drágább (tapasztalt, idősebb) munkavállalókat fiatalabbakra, vagyis éppen rájuk, pályakezdőkre. Ez a különbség máig hatóan kettéosztotta az Y generációt, legalábbis a munkahelyhez és a munkához való hozzáállás tekintetében. Ez a magyarázata annak, hogy az idősebb Y-osok X-es munkahelyi jegyeket hordoznak, fiatalabb társaikkal ellentétben, akik sokkal inkább a Z generációhoz hasonlítanak. Éppen ezért a munkahelyről mint közegről szóló fejezetben (*Munkahelyi problémák*) meg is különböztetem majd az „YZé” generációt, amely kategória ebből a szempontból együtt kezeli a munkavállalói korba lépett Z-seket és a fiatalabb Y-osokat.

A fiatal Y-osok (és látjuk, az idősebb Z-sek) nem kérnek a szüleik munka által meghatározott életéből. Nem akarnak belerokkanni abba, hogy más dúsgazdag legyen a munkájukból. Nem kívánnak belehalni a munkába. Megtanulták, hogy máshoz lojálisnak lenni nem kifizetődő: egyedül önmagukhoz érdemes hűségesnek lenniük. Ez persze az idősebbeknek nem feltétlenül szimpatikus, főleg, ha nem a saját gyerekükről van szó. Az ilyen gondolkodású emberek egoistának, tiszteletlennek, önzőnek tűnhetnek a szemükben – hiszen azok is. A saját érdekükben, a saját védelmükben: de ezt sokan nem tudják vagy nem akarják érteni. És hát legyünk őszinték: erre nevelték őket a szülei. „Kérd meg, fiam, az árát a munkádnak, ne légy olyan gyáva, mint a szüleid voltak! Legalább a mi hibánkból tanulj!” – mondja az öntudatos szülő. Majd amikor munkaadóként azt tapasztalja, hogy a többi szülő gyereke is megkéri a maga árát, kicsit felháborodik. „Ezeknek semmi sem elég?! Tudják ezek, hogy kezdőként én mennyit kerestem?! És mennyivel többet tettem le az asztalra!”

De ma már másképp van minden. Ha csak egy budapesti példát nézünk: egy átlagos fővárosi kislakás albérleti díja százötvenezer forint körül van. A havi megélhetés költsége nagyjából szintén ennyi lehet, rezsivel, étkezéssel, utazással. Ott tartunk, hogy ha egy kezdő fiatal fővárosi bérigénye nettó háromszázezer forint, az valójában éppen, hogy fedezi az életét. Akkor még nem rakott félre, nem élt luxusszinten. Mégis, hányan tudják elfogadni, hogy az ilyen magas kezdőfizetés akár normális is lehet? Csoda-e, hogy egyszerű megoldásnak tűnik az Y-osok szemében például a külföldi munkavállalás?

Idősebb olvasóink itt ne felejtsek el: nagyon más korszakot élünk, mint éltünk tíz, húsz, negyven éve! Értem és tudom, hogy az életet elkezdni sosem volt könnyű. Tisztában vagyok vele, hogy az ő idejükben is nehéz volt. Itt most nem is erről van szó. Az Y generáció a 2008-as válság után egy olyan világban lett felnőtt, amelyben egyre kevésbé kiszámítható a jövő. Nincs biztos jövőkép. Nincsenek kapaszkodók. Sem pénzügyileg, sem szakmailag, sem környezetileg, sem politikailag. Ebben csak az itt és most tud fogódzót adni. A hosszú távú gondolkodást (célok, karrier, család...) lassan, évek alatt a rövid távú gondolkodás váltja fel (amihez megint segítő eszköz a digitalizáció), így a karrierben és a jutalmazásban is mind rövidebb távban tudnak gondolkodni a fiatalok.

Ennek következtében az Y generációnak van egy, a veteránokhoz hasonló jellegzetessége: méghozzá a

nem költség.

Ez lehet, hogy sokak számára furcsán hangzik így, de megmagyarázom. A 2008-as válság, valamint az internet nyújtotta folyamatos jelenlét közös hatása, hogy ez a nemzedék rengetegszer néz és nézett utána annak, mi hol a legolcsóbb. Sőt: gyerekként sokszor még a szüleik figyelmét is felhívták arra, hogy valamit inkább ne vegyenek meg, mert drága. A kortársorientált társadalomnak hála, nem kell hinniük a reklámoknak, a marketingüzeneteknek – a leghitelesebb forrás, ha az ismerősök mondják el a véleményüket. Egyúttal azt is, hogy hol van akció, hol kapható valami a legjobb áron. Vagy ha kell, összeállnak akár öten-hatan, hogy bizonyos dolgokra sokkal kedvezőbben tudjanak szert tenni.

A lényeg, hogy amit lehet, olcsóbban szerezzenek meg. Mert miért ne? És természetesen a legjobb, ha ingyen van. Ha már a gyártó egyelőre nem fizet a vásárlásért... így lett pillanatok alatt értéktelen a CD, a DVD, a könyv, hiszen ezeket lehet a legkönnyebben és leggyorsabban letölteni.

Ráadásul az Y-osok szerencséjükre vagy szerencsétlenségükre beleszülettek abba a korba, amikor a televíziózás és a bulvárújságírás elterjedése révén a szüleik szembesültek azzal, hogy az erőszak átítatja a mindennapjainkat. Ez különösen éles váltás volt Magyarországon, ahol a kilencvenes évek elején indultak el az első független rádiók, tévék és bulvárlapok, amelyek kíméletlenül és harsogó címekben számoltak be mindenről, amiben jelen volt az erőszak. Farkas Helga ügyének bőséges taglalása igazi generációs élmény, a „Veled is megtörténhet!” érzés kialakulásának egyik iskolapéldája. Az ebben az időszakban nevelkedett Y-osokat már nem hagyták sem egyedül iskolába menni, sem erdőben siklót fogni, mert mindenre volt a szülők fejében egy óvatossága intő rossz példa.

Az Y generáció felcseperedésének nagy élménye még

a világ kinyílása és természetesen maga a Facebook volt.

Egyértelműen ennek a generációnak a találmánya és trendje a világ legkedveltebb közösségi platformja, amelyet idehaza a legaktívabban ez a nemzedék tart életben.

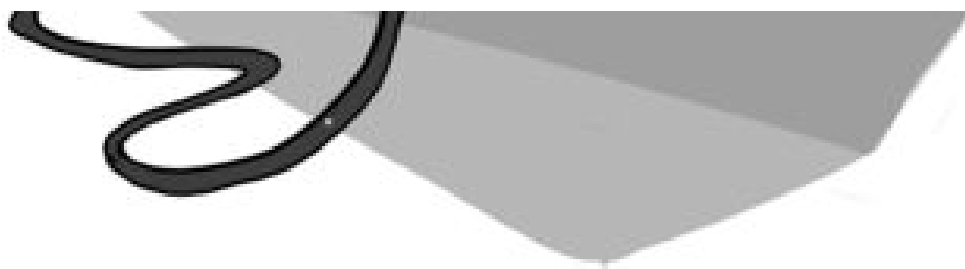
A világ változása az Y-os számára nem fenyegetés (amit nagyanyáik számára jelentett), hanem a lehetőségek tárháza.

Éppen ezért sokkal könnyebben váltanak, mint eleik, és a legkevésbé sem köti őket a lojalitás. Ha valami nem tetszik, veszik a sátorfájukat, és odébbállnak. És hogy mi tetszik vagy mi nem tetszik nekik, azt immár végérvényesen nem a szülők vagy az idősebbek mondják meg, hanem a kortársaik, akik sokkal nagyobb mértékben vannak jelen az életükben, mint az összejáráshoz ragaszkodó X-esekében. Mire az X-esek összejöveleken, baráti beszélgetéseken, füstös, később nem füstös kocsmákban magukra vették a legújabb szleng- és technikai kifejezéseket, addigra az Y-osok, akik ugyanezeket a fordulatokat a netes kapcsolati hálójukban alkották meg, már el is felejtették azokat.

Ők a Facebook legnagyobb „etetői”, ők töltik fel messze a legtöbb személyes tartalmat. Ahhoz persze, hogy ezt megtehessék, helyzetbe is kell kerülniük. Ennélfogva az Y-os, ha döntési helyzet előtt áll, azt választja, amiről jobb szelfi készíthető, és ez igaz akár olyan élethelyzetekben is, amikor munkahelyről kell határozni, vagy ha az a téma, hogy a családdal együtt vagy külön karácsonyozzanak-e. Az ifjú Y-os apák és anyák miatt lettek az utóbbi időben telekarácsonykor a panziók és wellness-szállók, miattuk – és nem a később ezt kihasználó Z-k miatt – nyitnak ki az utóbbi időben december 24-én este is a szórakozóhelyek.

Bizony, az Y-osok már nem fiatal gyerekek. A legidősebbek negyvenévesek, családjuk van, céget vezetnek, a gyereket reggelente iskolába, óvodába viszik. Azért ez már teljesen más élethelyzet, mint a legfiatalabb Y-osé, aki épp befejezte az iskolát (vagy belekezdett egy újabbba még), nem is tervez még családot, és a legnagyobb problémája, hogy idén nyáron melyik fesztiválra menjen el.





7. A (MÉG) MEG NEM ÉRTETT GENERÁCIÓ: A Z-SEK (1995–2009 KÖZÖTT SZÜLETETTEK)

Nagyon sokan „elveszett generációnak” hívják őket. Nem pontos a kifejezés, bár van benne igazság. Nem abban az értelemben, hogy elkallódnának, mert ettől én – sokakkal ellentétben – igazán nem tartok. Sokkal inkább úgy elveszettek, mint a telefon, amit indulás előtt nem találunk. Itt van valahol, nézzük, keressük, de nem látjuk. A gyereket persze megtaláljuk, látjuk is, csak szerintem sokszor nem értjük, ezért lehet olyan érzésünk velük kapcsolatban, mintha elvesztettük volna őket.

Érdemes belátni, hogy nemcsak a gyerekeket nem értjük, hanem az elmúlt egy-két évtizedben teremtett új világot sem tudjuk feltétlenül követni. Átalakult az értékeink, a fogalmaink tartalma, maga a nyelv is. Új eszközöket és technikákat teremtettünk. Bedrótoztuk a házainkat, a kapcsolatainkat, az életünket. És ehhez nem kaptunk kézikönyvet, és nem adtunk az utánunk következőknek sem. Csak elvárjuk, hogy úgy alkalmazkodjanak ehhez a világhoz, ahogy mi szeretnénk. És ha nem megy (mert miért is menne?), akkor kritizáljuk őket. Néha persze jogosan. Máskor meg egyáltalán nem.

Egyre ingoványosabb talajra lépünk. A ma tizenegy–huszonöt éves Z generáció tagjai vagy tinédzserkoruk elején próbálnak az iskolában megfelelni, vagy épp a serdülőkor kihívásait igyekeznek túlélni, vagy már megkezdték fiatal felnőttkoruk eleve rögzös útját. Hogy lehetne általánosításokat megfogalmazni ezzel az amúgy is megterhelő, mindennap mást mutató időszakkal kapcsolatban?

Feltétlenül hangsúlyoznom kell, hogy egyik generáció esetén sem szándékoztam az adott időszak korosztályos kihívásait elemezni, hiszen azok az életkori sajátosság kategóriájába tartoznak. Ilyen például a „bezzegelés”. De ezúttal szinte lehetetlen kikerülni azt, hogy a szóban forgó generáció tagjai épp most élik át a felnőtté válás legnagyobb kihívásait, ami akár szembe is állíthatja őket szüleikkel, tanáraikkal, sőt gyakran önmagukkal is. Mindennek ellenére a fókuszomban az eredeti irány van, és elsősorban a generációs trendeket, folyamatokat kívánom megmutatni az ő esetükben is.

A Z az első olyan generáció, amelynek a szülei megpróbálnak mindent átvállalni helyettük és felettük, ennek leírására született a „helikopterszülőség” fogalma, amely azt fejezi ki, hogy az X-esek folyamatosan ott serteptélnék körülöttük, vigyázva minden lépésüket. Mert ezek az ősök mindent magukra vesznek (bizonytalan és maximalista szülők, nem győzőm emlegetni), és ezen keresztül a maguk vélt vagy valós gyerekkori sérelmeit is meg akarják oldani.

A Z ennek megfelelően nem tud hibázni. Részben nincs rá módja, mert folyton figyelik, és közbelépnek, részben pedig azért, mert akkor sem ő a hibás, amikor esetleg mégiscsak ő a hibás. A mai (többszire X-es) szülők ugyanis nem tudják lenyelni, ha a gyerekükkel baj van: az ő szemükben ez olyan, mintha ők maguk követtek volna el valamilyen fatális hibát a nevelésben, az pedig – minekutána az X-es önmagával is maximalista – lehetetlen, ugyebár. Az X-es szülő a tanári kar rémálma. Ha baj van, csakis az iskolával, a tanárral vagy az osztálytársakkal lehet a probléma, az ő gyerekével aligha.

Ha az Y-osok élménykeresők, akkor a náluk fiatalabb Z-sek már egyértelműen az „élménytársadalomban” nőttek/nőnek fel. Otthon azt kapják, amit kérnek. Gyakran a felnőttektől eltérő külön vacsorát például. A játékaiknak sincs határuk,

testreszabott karakterrel harcolnak, pont olyannal, amilyenel akarnak. Lassan a kereskedelem is az egyéni igényeiknek megfelelő portékákkal várja őket (is), vagy ha nem, akkor nagy energiát mozgósítva, új technológiák segítségével kutatja, hogy mit szeretnének.

A Z-sekkel foglalkozó írások és beszélgetések visszatérő fordulata ennek megfelelően az, hogy el vannak kényeztetve. Valójában arról van szó, hogy a Z-s sokkal többször választhat, mint bármelyik előtte járó generáció tagja. Ez egyfelől azt jelenti, persze, hogy kevesebb kompromisszumra kényszerül, másfelől viszont azt is, hogy a nála idősebb emberek – a szülőktől a játékfejlesztőkön át a marketingesekig – állandóan

választási kényszerbe hajszolják őket.

Amikor pedig a Z-s választ, azt mondják rá, hogy önző és haszonleső.

Pedig a Z-s nem haszonleső, legalábbis biztosan nem abban a negatív értelemben, hogy mindig a pénz felé mozogná. Sokkal inkább abban, ahogyan

rá jellemzően az egyéni hasznosságot keresi.

A Z-sek a viselkedési közgazdászok kedvencei lehetnek, mert két opció közül biztosan nem aszerint választanak, hogy a külvilág milyen értékeket tulajdonít azoknak, hanem aszerint, hogy ők maguk mit remélhetnek tőlük. Szigorúan rövid távon persze, mert aki mindig választhat, az megszokja azt is, hogy később módja lesz korrigálni.

Vannak, akik szerint a Z-seknek sok negatív tulajdonságuk van. Ezek közé sorolják például a pénzhez való viszonyulásukat. Mert a mai gyerekek szerint a pénz csak úgy jön, és nekik nincs közük a megszerzéséhez. Szerintem ezt generációhoz kötni hiba. Amióta van pénz, a gyerekek sosem tudták az értéket vagy a munkát ahhoz kötni. Pál Feri atya meséli az egyik podcastjában, hogy tizenéves lehetett, amikor elvesztette az anyukája ötszáz forintját. Nem nagyon foglalkozott vele, hiszen az anyukája pénztárcájában mindig volt még egy ötszáz. Azt csak utólag értette meg, hogy ez volt az édesanyja havi fizetése: két darab ötszáz. A gyerekek addig, amíg meg nem tanítják nekik a pénz jelentését, nem fogják fel, hogy az honnan jön. Ez nem Z generációs, hanem életkori sajátosság.

Ami viszont talán generációs jelenség: hogy egyre kitolódik annak az ideje, amikor a gyerekek megértik a pénz értelmét. Itt valóban látható egy életkorbeli csúszás, a szülők (vagy az iskolában a tanárok) egyre később tanítják meg a gyerekeknek, hogy miről is szól a pénz, a jövedelem, a fizetés.

„Tanuláshoz is használom az internetet, ezért rengeteg mindent tudok a világról, csupa olyat, amit az iskolában egyáltalán nem mondanak el. A gépemem nézem ki, hogy mire lenne szükségem, mit kellene megvenni. Nemcsak a termékeket, de a róluk szóló videókat is megnézem, mielőtt döntenék. Tévé nem nézek, legfeljebb akkor, ha a Netflixet vagy az HBO Gót bekapcsolom, igaz, azok a tableten is működnek” – mondja a tizennégy éves Benedek.
(Forrás: 168ora.hu)

A Z-sek jellemfejlődésének legfontosabb mozgatórugója az internet. Ők azok, akik valóban beleszülettek az internetes világba, s akiknél az online és az offline világ határai már ténylegesen elmosódnak.

Sok Z-s számára a siker az online térben szerzett elismerés. Ennek viszont megvan az a sajátossága, hogy szinte minden kép- vagy videóalapú, ami bennük úgy csapódik le, hogy a világ a külsőségekről szól,

a siker alapja a kinézet.

Aki jól néz ki, az többet posztol, több visszajelzést kap, többen követik, tehát sikeres.

Amikor Julia Roberts 1999-ben szőrös hónaljjal jelent meg a Sztárom a párom premierjén, címlapok tárgya lett, az emberek gyakorlatilag a színésznő helyett is elsüllyedtek szégyenükben, és egyáltalán nem fogadták kitörő örömmel a manőverét. Hollywoodban különösen nagy port kavart az eset. Ám ha Julia Roberts ma ugyanezt megtenné, már senki sem lepődne meg, vonná fel a szemöldökét, vagy akadna ki. Ennek pedig nem más az oka, mint az, hogy egyre több modell pózol így, és egyre többen osztják meg büszkén Instagramon a fotót a már nem csupasz hónaljukról. Sokak szerint mindez tulajdonképpen a Z generációnak köszönhető. Nagyon úgy néz ki, hogy ez a korcsoport fogja újradefiniálni, hogy mit is jelent szexinek lenni, és mitől lesz dögös egy nő. (Forrás: <https://www.femcafe.hu/cikkek/fashion-beauty/z-generacio-divat-oltozkodas-szexiseg-reform-lazadas>)

A Z-sek számára sokat számít a külső, és ez nemcsak a lányokra, hanem a fiúkra is igaz. Egy mai kamasz kozmetikai kelléktára nagy valószínűséggel jóval összetettebb, mint az anyukájáé, és egyre több terméket dedikálnak a gyártók külön a korcsoport számára. S nemcsak kozmetikait, hanem élelmiszer vagy gyógyszer is. A jó kinézethez ugyanis a Z-sek szerint jól és jót is kell enni és inni. Egy magára valamit is adó Z-s kerüli a zsírt, a szénhidrátot, a cukrot és jellemzően a fehér lisztet is. Ez nem valamiféle egészségtudatosság – persze idővel átszaphat abba is –, pusztán a jó kinézet technikai megvalósítása. Ahhoz persze bőségesen elegendő, hogy feszültséget teremtsen a szeretetét rántott csirkével és hatlapos sütivel kifejező nagymama és az unoka között a vasárnapi asztalnál.

Ugyanígy nem mindegy az ital sem. A szénsavas üdítők helyére kerülnek a vizek, a házi szörp, a limonádé vagy az organikus kóla. Persze az idősebb Z-sek életében már megjelenik az alkohol is, de valahogy a negatív hatásaitól sokszor jóindulatúan eltekintenek (apáikhoz hasonlóan) ők is.

És nemcsak a fent említett iparágak, hanem gyakorlatilag az összes megkülönböztetett figyelmet szentel a Z-sek igényeinek.

2004-et írunk. Az amerikai média forrong, egész Amerikát csak egy botrány érdekli: Justin Timberlake letépte Janet Jackson melléről a ruhát a Super Bowl szünetében. A skandallum óriási, a női mell megmutatása egyértelműen tiltólistára kerül, a szépségipar lassan a férfiak felé fordul, és a nőiességet a nyugati társadalomban kényelmes ruhákra és sportcipőkre cseréli fel. Az erotikus kisugárzás átestálódott a férfinemre: a strandokról eltűnt monokinik helyét kigúrt, borotvált férfitestek vették át. A plázacicák mellé felnőttek a plázakandúrok, és a nyolcvanas évek retrószexuális (majd a kilencvenes évek metroszexuális) férfia után megszületett az überszexuális férfi.

Ami a pénzt illeti, ez a generáció mindezek eredőjeként pénztudatos is. Az el vagy éppenséggel fel nem ismert értékekért, amilyen például az X-esek fétise: a márka, a Z-s nem ad pénzt. Nem arról van szó, hogy a Z takarékos lenne, mint a nagymamája, hanem arról, hogy nem költ feleslegesen. A közgazdászok már régóta mondják, hogy a netes vásárlás fontos szerepet játszik az infláció alacsonyan tartásában, de ez semmi ahhoz képest, amikor a Z-sek lesznek a legnagyobb fogyasztói csoport. A Z-s nem ad pénzt a drága fesztiválsörért, inkább kimegy, és megiszik kettőt az üzlet előtt, de azt neki senki nem fogja beadni, hogy odabent kétszer annyiba kerül a sör, mint idekint.

A Google-lal és a YouTube-bal a zsebükben a Z-sek pontosan tudják, hogy

a világ összes tudását bármikor előhívhatják,

és mindig a jó helyen keresik egy weboldalon a tekintetükkel azt, amerre éppen tovább kell menniük. Általában a számítógép összes funkcióját nagyobb magabiztossággal kezelik, mint a szüleik, s ha mégis bajba kerülnének, megnéznék egy YouTube-videót, és megoldják. A szülő – és igen, az iskolában a tanár is – ebben az összevetésben elesett, kapkodó és gyakran kétségbeesett ember, aki ráadásul olykor hozzájuk fordul segítségért.

A birtokolt tudás és a tudás irányának rendszeres megfordulása (fiataloktól az idősek felé) elképesztően magabiztossá teszi a Z-seket ebben a tekintetben. Nemcsak azt tudják, hogy mi a jó nekik, azt is megfogalmazzák, hogy mit kellene csinálnia a családnak egy adott helyzetben. És ez – lássuk be – tiszteletlenségnek tűnik még az otthoni környezetben is, nemhogy az iskolában.

A Z-sek tudatossága más frontokon is megnyilvánul. A legfontosabb ezek közül a pénzhez és az értékekhez fűződő viszonyuk. Ők észreveszik a virtuális térben alkotott, az idősebb generációk szemével nézve értéktelen videók mögött az erőfeszítéseket, a beleállást, a stílust és a tudást. Éles ellentétben ezzel, az őket körülvevő világ sok elemét egyszerűen „létezőként” fogják fel, nincs reális képük azok üzemeltetéséről, az ahhoz szükséges munkáról. A postás van, a bankkártya van, a boltban az áru van, viszont az *Alma* című YouTube-videót, na, azt csinálta valaki, egy JustVidman fedőnevű youtuber.

A Z generáció témáival foglalkozó médiafelületet indított a jelenleg tizenhét éves Trunk Tamás. Az új felület neve CorporationZ lett, kielésítését pénteken közleményben jelentették be egy PR-ügynökség segítségével.

A CorporationZ oldal célja, hogy a fiatal generációt érintő trendeket, inspirátorokat, márkákat, illetve külföldi és hazai példaképeket mutasson be. A felület egyúttal hírportálként is működik majd, ahol olyan hírek jelennek meg, amelyek a fiatal, legfőképpen a Z generáció számára érdekesek lehetnek, a nyelvezete is az ő világukat tükrözi. (Forrás: [https://media1.hu/2019/08/23/a-17-eves-](https://media1.hu/2019/08/23/a-17-eves-trunk-tamas-mediatalajdonos-lett)

trunk-tamas-mediatalajdonos-lett)

De mindezen tudatosnak és magabiztosnak tűnő álca mögött a Z generáció tagjai megkapták a veteránok és az X generáció örökségét,

a bizonytalanságot.

A Z generáció egyik nagy csomagja, hogy tinédzserként minden reggel arra kel fel: Még hány évig is lesz élet a földön? Van-e az emberiségnek jövője? Neki van-e jövője? És ha van, akkor miből fog élni? Milyen szakmák lesznek, mit érdemes tanulni? És bizony erre a nagy átlag semmilyen választ nem kap a felnőttektől. Kérdések tömkelege kavarg a Z-sek fejében, amelyeket legtöbbször fel sem tudnak tenni az idősebb generációk tagjainak, így többségük, jobb híján, a válaszokat valahonnan begyűjti.

A leggyakoribb ilyen dilemma maga a net. Sokan és sokszor nem tudnak kérdezni az internet hasznáról és használatáról, mert nincs, aki valós választ tudna adni nekik. A szülők legegyszerűbb eszköze a tiltás és a használat, illetve az alkalmazások korlátozása. A kicsit tudatosabbak olyan alkalmazásokat töltenek le, amelyekkel kontrollálni tudják gyermekeik internethasználatát, nem pedig oktatni, támogatni őket. Ez pedig nem feltétlenül segíti elő a gyerek–szülő bizalmi viszony kialakulását, erősödését a korai serdülőkorban, amikor a gyermek egyébként is

elkezd távolodni a szüleitől. Emiatt azonban jelentős digitális szakadék alakul(hat) ki a szülő és gyermeke között.

A mai gyerekek úgy nőnek fel, hogy azt látják, a szüleik szinte kötelező kiegészítő eleme az okostelefon. Nem csoda, hogy a gyerekek is hamar szeretnék saját készüléket, amit egy 2016-os nemzetközi kutatás szerint átlagosan tízéves korukban meg is kapnak. A technológia kiváló ismerete ellenére azonban a gyerekek ebben az életkorban még nincsenek tisztában az online jelenlét veszélyeivel – kérdés persze, hogy maga a szülő mennyire járatos a témában. (Forrás: onbrands.hu)

Ugye, emlékszünk még arra, hogy az X-esek meglepő módon kikászálódtak valahogy a zene individualizálásából és a primitív számítógépes játékok magányából? Nos, ez igaz, de ettől még igaz marad az is, hogy az X-es gyakran csak elzárt, magányos tevékenységként képes gondolni a számítógépes játékokra, ami alapvetően megnehezíti a kapcsolatát Z-s gyermekével. Az X-es szülő nem tudja elképzelni, hogy egy online térben játszódo Minecraft-csata ugyanolyan adrenalinfröccsöt okoz, mint amikor a hunyó közeledett a búvóhelyükhöz ipiapacs közben az esti félhomályban. És azt sem tudja elképzelni, hogy ugyanez a Minecraft-csata legalább olyan együttműködési készségeket feltételez, mint egy számháború. A képzelőerőnek ez a hiánya igen sok feszültség forrása a családban.

Ugyanakkor tény az is, hogy az új eszközök megjelenésével az X GENERÁCIÓSOK elfogadtak egy új paradigmát, amely ma a gyereknevelési szokásaikban ölt testet. Ez pedig az, hogy

a gyerek elvan otthon is.

Mégpedig nagyon jól elvan. Az X-es, bár szép emlékeket őriz a gyerekkoráról, szívesen mesélne is róla a gyerekeinek, ha értenék, alapvetően meg van békélve azzal, hogy a gyerek otthon van. „Inkább ott legyen, mint ki tudja, hol...” – gondolja magában, és ebben segíti mindaz, ami a walkmannel kezdődött. Egyre több benti szórakozási lehetőség adódott, a VHS-től a rengeteg kábelcsatornán keresztül az on demand tévézésen át az Xboxig, és mind abba az irányba mutatnak, hogy a gyerek otthon érezze jól magát. És a Z-s köszöni szépen, jól is érzi magát. „Home is where my phone connects the internet automatically²” – hirdeti egy büszke Z-s póló.

A Z-sek sok esetben kifejezetten teherként élik meg a személyes kapcsolatokat, és ez éppen úgy igaz egy bevásárlás során az eladóval lefolytatott beszélgetésre, mint egy munkahelyi értekezletre. Nem véletlen, hogy a telefont legkevésbé telefonálásra használják, még a kortársakkal folytatott hangalapú kommunikációban is inkább választják a Messenger-üzenetet, mint az egyszerű telefonhívást. Az üzenet nem igényel azonnali reakciót, mint a beszélgetés, vagyis nem hozza kellemetlen helyzetbe a hívott felet, akkor válaszolhat rá, amikor ráér.

Ez pedig kihatással van a barátság fogalmára. Már volt róla szó, hogy a veteránok és a baby boomerek mindennapjait két terület határozta meg: a család és a munka. Az X generáció esetében ez három platformra bővült: belépett a barátság, a network. Az Y-nál az internetnek köszönhetően már négy-hat platform jelent meg, a Z generációnál pedig rengeteg. És ezek mélysége közel sem lehet olyan, mintha a figyelem és az energia csak két vagy három terület között oszlana meg. Így ebben az esetben

mikroplatformokról beszélünk.

E mikroplatformok afféle baráti körök, de egészen másképp működnek, mint ahogy azt az idősebbek gondolják. Egy-egy szokás, hobbi, játék vagy érdeklődési kör köré szerveződnek. Ezek a csoportok szabadon (felhasználóként) elhagyhatók, és semmiképpen nem keverednek egymással úgy, ahogy egy X-es baráti körei összetalálkoznak egy házibuliban vagy egy meglepetéspartin.

Talán meglepő, de a Z-sek az emberi kapcsolatok terén nagyon is megfontoltak. Tisztában vannak vele, hogy nagyon sokféle ismerősük van, ám nemcsak nekik, hanem az adott csoport összes többi tagjának is. Ebben a helyzetben egy kisebb emberi hiba is a kapcsolat megszakadásához, csoporton kívül kerüléshez vezethet. Ez a fő oka annak, hogy a Z-sek nem telefonálnak, hanem üzenetet küldenek akkor is, amikor a hangalapú kommunikációt választják. Felhívni valakit majdnem olyan, mint rányitni a fürdőszoba ajtaját, ráadásul veszélyes, hiszen azonnali reakciókat követel a résztvevőktől. Egy beszélgetésben nincs idő megfontolni a válaszokat, és a sokak által arrogánsnak tartott Z-sek félnek ettől. Ezt a félelmet magukkal viszik azokba a közegekbe is, ahol pedig a kommunikáció, a meeting, a feladat kiosztás még mindig jellemzően szóban működik. A Z-sek szívük szerint kerülnek az ilyen helyzeteket, és nem is jók bennük. Nem tudnak ellentmondani, sok információ elmegy a fülük mellett – mert ők másképp vannak „beprogramozva”. Ezt azonban kár lenne számonkérni rajtuk, az idősebbek magukon is megfigyelhetik, hogy az ő életükben is csökken az élőszó jelentősége. Amikor azt kérjük egy partnerünktől, hogy a megbeszéltekről dobjon azért egy e-mailt, akkor mi magunk is degradáljuk a szóbeli megállapodás fontosságát. Lassan, de biztosan tehát minket is átalakít a digitális világ, a gyerekeink viszont már ebben nőttek fel, csak ebben érzik magukat otthonosan.

A Z-sek személyes kapcsolatokkal szembeni averziója érhető tetten egy másik – nyugodtan mondhatjuk, az egész kiskereskedelmet alapjaiban megváltoztató – tulajdonságukban is: a Z-sek

nem akarnak ügyfelek lenni, ők öntudatos felhasználók. Userek.

Egy ügyfél elkötelezett, vagy egyszerűen gúzsba van kötve, de mindenképpen megszólítható. Ezzel ellentétben a felhasználó személytelen, szabad, és bármikor válthat: úgy ugrál a neki szóló ajánlatok között, ahogyan kedve tartja. Ennek pedig nem a káros következménye, hanem a feltétele az, hogy ezek az ajánlatok el is ériék. A feltétel csupán annyi, hogy ez elektronikus úton történjen (és semmiképpen se szóban), mert a Z-snek meg sem kottyán, hogy kétszáz bejövő üzenet közül kiválassza azt, amelyik őt érdekli.

És ez a munkahelyválasztásukra, a hivatásukra is kihatással van. Hiszen ki akar olyan helyen dolgozni, ahol nem érzi jól magát minden körülmények között?

„A mai fiatalok nem szívesen járnak be egy olyan helyre, amely a 20. századot idézi. Hatalmas, egyenasztalokkal megtömött tér, és az egész épület csak a munkára van kialakítva.”

Ez egy huszonéves egyetemista gondolata a mostani munkahelyekről: a 20. századdal azonosítja az említett környezeti jellemzőket, miközben a 21. században más elvárásai vannak azzal kapcsolatban, hogy milyennek kellene lennie egy munkahelynek. Lehet vitatkozni vele. Lehet szidni. De ettől még így gondolkodik. Nem lehet, hogy a régi rendszer rossz, és nem a mai fiatalok?

És még egy nagy teher: ezt a generációt nem tanítottuk meg unatkozni. A mindig és mindenhol elérhető világhálónak, az állandó stimulációnak, az ingergazdag környezetnek, a csend hiányának ez az egyik negatív hatása az életükben.

Ahogy a bevezetőben említettük, a generációs besorolás valójában nem életkori kategória, hanem meghatározott időszakok fő jellemzőit takarja. Ennek megfelelően a mai világunk leginkább a Z és az alfgenerációkra jellemző trendekkel írható le. Az emögött rejlő logikáról már szintén volt szó, de idézzük fel újra: az érintőképernyő vagy az okoseszköz az alfgenerációnak egy adott közeg, a világ így természetes. Az idősebb nemzedékeknek viszont mind tanulniuk kell: képesek beilleszteni az életükbe, azonban nem természetes valójukkal, hanem tanult folyamatként.





8. AKIK KITÖRTEK A NÉGY FAL KÖZÜL: AZ ALFÁK (2010-TŐL SZÜLETETTEK)

Hogy röviden mi a különbség az alfák szülei és a mi szüleink között? Ha én nem vittem el a tízórait az iskolába valamikor a nyolcvanas években, anyám este rám nézett a konyhaasztal felett, és azt mondta: „Fiam, nem figyeltél oda, éhes maradtál, tanultál belőle. Legközelebb jobban odafigyelsz!”

Ha ma nem viszi el a lányom a tízórait, akkor bepattanok az autóba, utánaviszem, letérdelek elé, és azt mondom: „Kislányom, apa nem figyelt oda, apa tanult belőle. Legközelebb jobban oda fogok figyelni!” Pontosan tudom, hogy ezzel nem csak én vagyok így...

Az alfagenerációról (2010-ben vagy utána születettek), azaz a ma legfeljebb tízévesekről generációs értelemben egyelőre nagyon keveset tudhatunk. Az ő generációs fejlődésük folyamatban van, de annyit máris leszögezhetünk, hogy ők az első olyan generáció, amely nem elsősorban az interneten, hanem azon belül is az okostelefonon, azaz az érintőképernyőn szocializálódott, olyan szülők mellett, akik maguk is rabjai a telefonjuknak és a saját érintőképernyőjüknek.

Mindez nagyon messzire mutató következtetésekhez vezethet, amelyek mindegyike inkább sejtés, semmint tény. Az alfásnak ahhoz, hogy a szüleivel felfehesse a szemkontaktust, valami olyasmivel kell megküzdenie, amivel korábban egyetlen generációnak sem, ez pedig a kézben tartott világ: az okoseszközökön olvasható internet és a közösségi média. Szüleik kiterjesztett valóságával szembesülnek akkor, amikor például szoptatás közben az anya nem az ő tekintetüket keresi, és nem is gügyög, hanem a telefonját bújja.

Nem tudjuk pontosan, hogy ez mit von maga után a jellemfejlődésükre vonatkozóan. Azt viszont igen, hogy voltak már őket megelőzően is olyan generációk, amelyek ilyen-olyan okokból finoman szólva sem kapták meg azt a szeretetet otthon, amit, mondjuk, az Y-osok a magukénak tudhatnak. Az X-eseket korán bölcsődébe és óvodába adták, a baby boomerek poroszos kiképzést kaptak, ami – mint ahogyan azt bemutattam – meg is látszik a generációs jegyeiken.

Nem kérdés, hogy az alfageneráción is meglátszik majd mindebből valami, de ma még keveset tudunk arról, hogy ez milyen tulajdonságokban, generációs jegyekben fog megnyilvánulni. Ami már most is megfigyelhető, az az, hogy a mobilozás, a képi világ folyamatos elérése, a hangalapú mese háttérbe szorulása olyan

változásokat indít el, amelyek megváltoztatják az agy működését is. Nemcsak a legkisebb gyerekeken, de idősebb társaikon is megfigyelték, hogy az agykéreg bizonyos területei az utóbbi időben elvékonyodóban vannak. Az ezt kimutató kutatás vezetői óva intettek mindenkit attól, hogy ebből messzesemenő következtetéseket vonjanak le, de jól mutatja a gyerekeinkkel kapcsolatos félelmeinket, hogy az erről szóló híradások szörnyű katasztrófaként tálalták a kutatás eredményeit.

Ami már megfigyelhető, és nem csupán a gyerekeknél, de a huzamosabb ideje mobilizáló felnőtteknél is érzékelhető, az a rövid távú memória erősödése a hosszú távúéval szemben. Ezzel párhuzamosan gyengül a bal agyfélteke terhelése, és erősödik a jobb tevékenysége. Ez persze nem meglepő. A világban felhalmozott tudás, benne a történelmi eseményektől a genetikán át az ismerősök telefonszámaig, mind a zsebünkbe került a fejünk helyett. Lényegében bármit bármikor előhívhatunk a telefonunkból, ha szükségessé válik.

Mindez azonban semmit nem mond magukról az alfásokról és az ő generációs jegyeikről. Tudjuk, hogy különbözni fognak e könyv olvasóitól, sőt generációs jegyeik nagyban eltérnek majd a korban felettük járó Z-sekétől is, de hogy milyenek lesznek ők, arra ma még nem tudunk érdemi választ adni.

„...mint ma a kibertér – a csodák csodája, amelyet teljesen magától értetődőnek tekintünk.” (Yuval Noah Harari: Homo Deus)

Ugyanakkor nekem van egy vízióm, amire azért látni „bizonyítékokat” (például, hogy 2018 volt az első év, amikor globálisan csökkent a közösségi média használata, amióta egyáltalán van ilyen). Leírva még sehol sem láttam, úgyhogy azzal kezdem, hogy „véleményem szerint”.

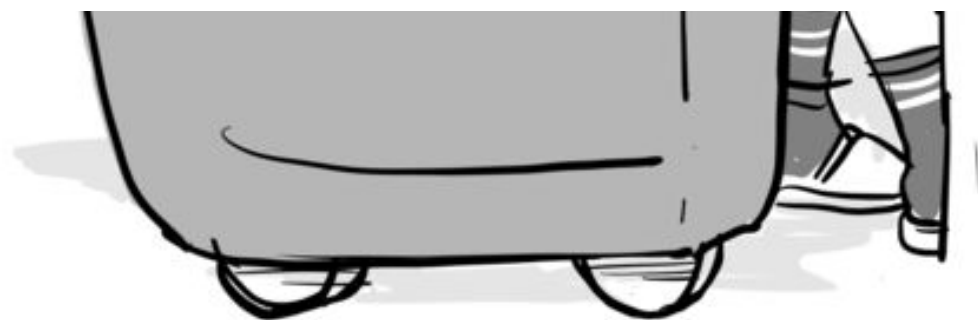
Véleményem szerint az alfagenerációval ez az online örület véget ér. A csodák csodájára való rácsodálkozás az Y és a Z generáció történetével egyidejű, ehhez képest az alfáknak ez már teljesen természetes lesz. Nem fognak megörülni attól, hogy bárhol bárkit el lehet érni, hogy bármikor bármit meg lehet találni. Ezek ugyanolyan földi adottságok, mint a hegyek, a folyók, az erdő és a madarak. Akkor miért emelnénk ki őket a többi közül? Érzésem (és legfőképpen reményem) szerint ez a generáció éppúgy örülni fog a természet adta kincseknek és értékeknek, mint az internet adta okosságának vagy furcsaságának. Egyik sem jelent majd számukra többet vagy kevesebbet a másiknál.

És ez is egy fontos lépés ahhoz, hogy visszataláljunk a Földünkhöz...

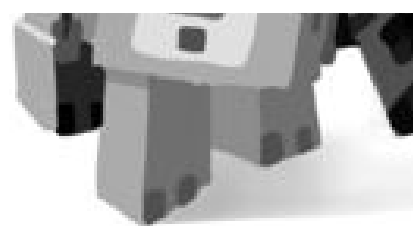
III. RÉSZ

MILYEN AZ ÉLET HAT GENERÁCIÓVAL A 21. SZÁZADBAN?









1. JÁTÉKAINK

Valljuk be: régen minden jobb volt! Hát nem?

A gyerekek az utcán, a friss levegőn szaladgáltak egy szál gatyában, valamikor késő este estek haza szutykosan, kifáradva a számháborútól, focitól, bújócskától. Nem kellett altatni őket: ha még nem volt túl késő, megnézték este a Futrinka utcát, aztán irány az ágy! Bezzeg ma...

De tessék elhinni: ugyanígy „régen minden jobb volt”-ozni fognak harminc év múlva a ma számítógépező tinédzserek is, ha meglátják a gyerekeik játékait. Hiszen a nagyanyáink ugyanezt mondták, amikor mi estünk haza este, kifáradva a számháborútól...

A legtöbb mai negyvenes, ötvenes szülő valósággal beleőrül abba, hogy a saját gyerekkori élményeit nem tudja megosztani a fiaival, lányaival. Azokat ugyanis nem érdekli a számháború, a csocsó, és még kevésbé a társasjáték, mert ezek a dolgok egészen másképp működnek, mint bármi, amivel a maguk online terében találkoznak. A régi játékokban nincs percenkénti visszacsatolás, nincs jutalom, nincs második élet. Ha leolvassák a számunkat, nem lehet másik számot felvenni, legfeljebb akkor, amikor mindenki mással együtt belekezdünk egy új menetbe (tegyük hozzá, hogy a társasjáték-fejlesztők nagyon dolgoznak az ügyön, az újabb játékok közt sok a többkörös, stb.). A számháborúban a leolvasottnak „hulla” a neve a játék végéig, sőt egyenesen tétlenségre van ítélve, különben zavarná a még játékokban levőket. Ha nem vagyunk elég ügyesek, és az elsők közt leolvassák a számunkat a másik csapat tagjai, akkor a hullaként eltöltött időnk az egész számháború akár 90 százaléka is lehet.

Képletes a kifejezés, hiszen a számítógépes játékokban ennek pont az ellenkezője történik:

„életnek” nevezik azt az állapotot, amikor játszom,

és két élet között legfeljebb néhány kattintásnyi idő telik el „hullaként”, s máris újra játékban lehetek.

Mindez nem jelenti azt, hogy a gyerekünk nem tapasztalja meg a játék izgalmát, amit mi éreztünk számháborúzás közben, hogy tudniillik ha nem vigyázunk a számunkra, akkor seperc alatt hullává válhatunk.

Egyvalamit pedig biztos állíthatunk: nem jó, ha szülőként kétségbe vonjuk a gyerek játékának „értelmét”. A „Ne játszd ezt a lövöldözős hülyeséget!” tiltásnak pont annyi értelme van, mintha az X-es szülei azt mondták volna: „Megőrültél, minek szaladgálsz egy számmal a fejedben az erdőben?” Értelem – lássuk be – a számháborúban sem sok van, az is csupán egy játék, amely pont annyira stratégiai, mint egy Minecraft-csata, ha ugyan fölér ahhoz a kombinációs igény tekintetében.

Ugyancsak felesleges arra hivatkozva elutasítani az online játékokat, hogy a számháborúban vagy a fociban legalább együtt kell működniük a csapattársaknak. Aki ilyet mond, az a saját számítógépesjáték-élményeiből, a kilencvenes években futott Doomból, a Super Mario 1.-ből vagy más hasonlókból indul ki, amelyekben valóban nem voltak csapattársak (emlékezzünk a walkmanről és a befelé fordulásról szóló korábbi gondolatokra). A gyerekeink ezzel szemben olyan társasjátékokat játszanak, amelyekben az egymástól távol ülő játékosok online módon alkalmi vagy tartós koalíciókat kötnek, és csapatba szerveződve játszanak, ami nagyfokú együttműködést igényel. Aki látott már tinit online játékot játszani, az tudja, hogy közben vagy folyamatosan chatel, vagy fülessel és mikrofonnal a fején beszélgetve

játszik.

Nincs pontos képünk arról, hogy ezek a mostani viszonyok a gyerekek között mennyiben másak, mint a mi ifjúkori kapcsolataink voltak az udvaron. Nem tudjuk objektíven elvégezni ezt az összehasonlítást. Ennek két oka van: 1) nem beszélünk a gyerekekkel eleget arról, hogy mi történik a játéukban; és 2) idealizáljuk azt, ami a mi játékainkban történt.

Nézzük először az elsőt! Tegye fel a kezét az a szülő, aki tudja, mi az enchantolt íj, amivel el lehet ejteni az Ender Dragont! Vagy mit jelent az, megbeszélni valamit a Discordon. Pedig az Ender Dragon elejtése nem kisebb horderejű tett, mint egy Minecraft-csata megnyerése, lényegében minden gyerek álma. Ehhez igen jól jön az enchantolt íj, amelynek a nyila meg van bűvölve. Már maga az íj enchantolása sem egyszerű, a módzatai pedig változatosak. Egy ilyen eszközről pont annyit lehet tehát társalogni, mint Old Shatterhand Henry-féle ismétlőkarabélyáról. Csakhogy mi, szülők erről általában egyáltalán nem tudunk csevegni. A „Discordon megbeszélni valamit” pedig általánosságban azt jelenti, hogy menjünk át az erre szolgáló Discord nevű felületre, és ott beszéljük meg a dolgokat a megfelelő körben.

A mi szüleinknek nem voltak ilyen problémáik. Pontosan tudták, mi az indiánosozás, és azt is, hogy milyen karaktert játszunk, amikor Winnetouk vagyunk a kertben. Tudták, hiszen ők is azok voltak korábban, vagy legalábbis ők olvasták fel nekünk ezeket a meséket. Most viszont nem játszunk a gyerekekkel a játékaikat, nem tőlünk tanulták azokat, tehát kifejezetten aktív cselekvésre – leginkább kérdegetésre, ugyebár – lenne szükség ahhoz, hogy megtudjuk, egyáltalán mi a bánatot csinálnak. Ez pedig egy elég hülye szerep. Állni a gyerek mögött, nézni, hogy mit csinál, és megkérdezni, hogy akkor ez most mi, hát, mondjuk ki, nem éppen így képzeltük a szülőséget, amikor arról ábrándoztunk.

Persze mindez már a kilencvenes években elkezdődött, kedves X-esek! Nem gondolom, hogy csak az én apám dörmögött a bajusza alatt, hogy megint órákat ültem a Commodore 64 joystickjával a kezemben, és egész délelőtt (!) nyomtam a Wizard of Wort, amit betöltöttem a géphez csatlakoztatható kazettás magnóból. Persze, akkoriban nem volt jellemző a napi három óra digitális jelenlét, mert nem voltak meg ehhez az adottságok – de tegyük a kezünket a szívünkre: ha tehettük volna, nem játszottunk volna mi is mindennap?

És akkor nézzük a dolog másik oldalát, saját korabeli játékaink idealizálását! A mi játékaink tele voltak veszélyekkel, kibabrálásokkal, kellemetlen helyzetekkel, sőt kegyetlenségekkel, amelyeket most abszolút nem kívánunk a gyerekeinknek. A szülők jelentős része nem szívesen emlékszik ezekre a szituációkra, de ösztönösen óvja a fiait, lányait attól, hogy ilyen helyzetbe kerüljenek, ezért hordanak a mai gyerekek térdvédőt és bukósisakot. A szülők egy kisebb – ámde sokszor hangosabb – csoportja viszont pont a saját gyerekkorának a visszasírásként szívesen hozza a gyereket ilyen helyzetbe, mondván: „Hadd edződjön, így nőttünk fel mi is!” Ők azok, akik például direkt faultra biztatják („Rúgd már fel!”) a gyerekeiket a pálya szélén meccs közben.

Akár így, akár úgy tekintünk a gyerekünkre, igaz marad, hogy

a saját generációs szemüvegünkön keresztül nézzük őket.

Olyan paraméterek mentén értékeljük őket, amelyeknek az ő világukban nincs jelentőségük, vagy olyan értékeknek tulajdonítunk jelentőséget, amelyeket ők nem éreznek értéknek. Sokszor olyan dolgokat tételezünk fel negatívumként, amelyekről

valójában igen keveset tudunk. Ilyenkor valószínűleg pont ez a bajunk: nem tudjuk hova tenni, amit csinálnak, csak azt látjuk, hogy az a bizonyos dolog nem az, amit mi csináltunk, és hogy „túl sok időt töltenek vele”.

De vajon igaz-e ez az állítás akkor is, ha ezt a valamit behelyettesítjük
azzal, amit mi csináltunk?

Amikor a gyerek eltűnik a szobájában, és belefeledkezik a játékba, hajlamosak vagyunk azt gondolni, hogy a játékban ápolts kapcsolatai személytelenek és alkalmiak. E gondolat azzal a félelemmel párosul, hogy ez negatív módon kihat a későbbi társas kapcsolataira.

Régen nem lehetett váltogatni a játékp partnereket, azokkal játszottunk, akikkel egy utcában laktunk, közöttük kellett megállnunk a helyünket, és valamilyen pozíciót kivívnunk magunknak a közösségben. Úgy érzékeljük, hogy a gép mellett felnövő gyerekeknek nincsenek barátaik, hiszen személyesen szinte sohasem találkoznak azokkal, akikkel egy csapatban lövik buci a ellenfél állásait.

Nos, az a helyzet, hogy egyáltalán nem biztos, hogy ezek a feltételezések igazak: lehet, hogy a probléma sokkal kisebb, mint azt ilyenkor gondoljuk. Hogy megértsük a lényegét, különböztessük meg egymástól a netes játékok két nagy csoportját:

azt a típust, amelyben ismerősökkel játszik a gyerek, és azt, amelyben
ismeretlenekkel.

Sok gyerek játszik a neten egy csapatban olyanokkal, akikkel egyébként ténylegesen is ismerik egymást. Ilyenkor ha térben nem is, de időben mégis együtt játszanak, kooperálnak vagy vetekednek, sikerek vagy kudarcok érik őket. Ez nagyon hasonlít ahhoz, amikor a mai szülők együtt fociztak: voltak jobb és rosszabb játékosok, volt, akit szerettünk volna a csapatunkba, volt, akit kevésbé láttunk szívesen, és voltak a bénák.

Elég kegyetlen világ volt ez: aki a csapatválasztáskor mindig utolsónak maradt, annak bizony nem sok jó élménye származott az egészből. Feltehetőleg ezért is van az, hogy az X-es nehezen viseli, ha a gyereket ilyesféle lelki sérülések érik. A tanárok a megmondhatója annak, hány szülő kéri őket arra, hogy kerüljék az olyan versenyhelyzeteket, amelyekben kudarc érheti a gyereket. A mostanában progresszívnek számító Waldorf-pedagógia kifejezetten tiltja a versenyztetést.

Mások arra hívják fel a figyelmet, hogy ezeknek a kudarcoknak az elviselése és a feldolgozása más volt a közösségi média és mobiltelefon nélküli világban. Ugyanis akkoriban elsősorban egyedül kellett feldolgozni a fiaskót: apa és anya nem volt elérhető, és nem lehetett a közösségi médiában ventillálni a sérelmeinket, ahogy az manapság gyakran megtörténik egy szomorú emotikon kíséretében. A kudarc egyéni megélése több kutató szerint jótékony hatással volt az okoseszközök nélküli világban felnőtt gyerekek későbbi kudarc-tűrő képességére, de a mai gyerekek nem tanulják meg feldolgozni a nehézségeket, és ez negatív hatással lesz a felnőttkori teljesítményükre, a munkahelyi kapcsolataikra, illetve általában az életükre.

Nem kizárt, hogy ez így van, mégis hadd szegezzek szembe néhány gondolatot ezzel a tétellel.

A legfontosabb, hogy az akkori kudarcok és zrikálások úgy sem múltak el nyom nélkül az azt elszenvedőkből, hogy volt alkalmuk az egyéni feldolgozásra. Ne feledjük el azt sem, hogy a poroszos nevelés egyik elfogadott eszköze volt a nyilvános megszégyenítés, amikor a tanár felolvasta az osztály legrosszabb fogalmazását. Ezeknek a jeleneteknek a pszichés terhét sok X-es és baby boomer a mai napig cipeli, hogy a veteránokról ne is beszéljünk. A X-es és Y-os szülők

küzdelmének és a mobiltelefonnak hála, ilyesmi ma már nem fordulhat elő.

Az X-esek és a baby boomerek nem éppen arról híresek, hogy könnyen tudnak váltani. Az X-es lassan és nehezen tesz lépéseket, mert a nagy döntéseit megnehezítik az érzelmi kötődések és a kudarctól való félelem. Az X-esek már említett céges lojalitásának is meghatározó eleme a váltás kerülése, a biztonságosnak tűnő vagy megszokott élethelyzetekhez, kollégákhoz való ragaszkodás. De ezek a tulajdonságok egyúttal gátak is, amelyek elválasztják ezt a generációt az egész életen át tartó tanulástól, az igazán új utak keresésének lehetőségétől. A baby boomer és az X-es szereti magáról azt hinni, hogy folyamatosan tanul. Valójában azonban az a helyzet, hogy inkább a meglévő tudását toldozgatja-foldozgatja, és ezt is gyakran már kényszer hatására teszi (ennek látványos jelei voltak a rendszerváltáskor átképzett orosz tanárok). Mindezek pedig a maihoz hasonló, gyorsan változó világban rövid időn belül versenyhátrányhoz, lemaradáshoz, összességében negatív élethelyzethez, boldogtalansághoz vezetnek. És még egy fontos gondolat: megváltozott

a felhasználható tudás értéke is.

Korábban rengeteg lexikális ismeretet sajátítottunk el. Ma már ez a tudás ott lapul mindannyiunk zsebében – egy része le-, míg más része felértékelődött. Utóbbiak közé tartozik a problémamegoldás, az alkalmazkodás, a reagálás, a mit helyett a hogyanra való válaszadás képessége. Az új generációt tapasztalatom szerint inkább ezek érdeklik.

Manapság leginkább a munkahelyi vezetők és a HR-esek panasza hallatszik azzal kapcsolatban, hogy milyen nehéz megtalálni a megfelelő fiatal jelölteket egy-egy feladatra, és mennyi gondot okoz a fiatal munkavállalók megtartása.

A másik oldalról szemlélve azonban a változtatás szabadsága teszi lehetővé az Y-os és Z-s munkavállalók számára a gyorsabb előmenetelt, a tudás látszólag gyors megszerzését, és összességében a jobb boldogulást.

Ebben az összevetésben a kudarcűrő képességet pozitívként értékelni olyasmi, mint visszasírni, hogy az iskolákban lehessen testi fenyítést alkalmazni.

Ki ne emlékezne olyan helyzetekre, amikor a sorban állók a „problémázó” vásárlóval szemben a csaló pénztáros mellé álltak? Manapság elég nehezen elképzelhető szituáció ez, azonban akkor, amikor rendszeresen eleve savanyú volt a tej, amit hazavittünk a boltból, de ennek ellenére másnap is ugyanoda kellett mennünk vásárolni, a szolidaritásnak ez a hiánya nem tűnt szokatlannak. Mindenki tűrt, mert ez volt a normális, a „balhézás” pedig a deviáns magatartás. Lehetünk elégedetlenek a rendszerváltással, ám azt azért szögezzük le, hogy ma már más idők járnak, a versenyző szektorok a vásárlók kegyeit keresik, és mi is felháborodunk, ha nem olyan a kiszolgálás, mint amit elvártunk.

Az Y-os és a Z-s ezt szóvá is teszi, az X-esben még mindig sokszor benn marad a szó, ő inkább lábbal szavaz, és más üzletet választ magának.

Másfelől, akik az Y-osok és a Z-sek kudarcűrő képességének hiányáról beszélnek, nem számolnak azzal, hogy ezek a generációk rövidesen totálisan átalakítják a világ működését. Olyan terekben mozognak majd, amelyeknek a játékszabályai sokkal jobban idomulnak a saját értékeikhez, mint azok, amelyekben ma vannak. A mostani irodákat, munkahelyeket, boltokat és edzés módszereket baby boomerek találták ki, és X-esek reformálták a maguk képére, de ezek a terek együtt nőnek fel és változnak meg az Y-osok – és ma már a Z-sek – képére.

Elég körülnéznünk a kereskedelemben és a munkahelyeken, hogy lássuk, miről beszélünk. Az X-es és a baby boomer sokszor csak kapkodja a fejét egy-egy hirdetés láttán, hogy az most akkor miről is szól... A munka világában a fiatalok elvárásai munkaerőhiánnyal párosulnak, és az idősebb kollégáknak sokszor pont az okoz problémát, hogy a munkahelyi környezet és a kapcsolattartás módjai a fiatalok igényei szerint alakulnak át. A hierarchikus szervezetek, a korlátlan túlmunka, a fegyelmik, a szőnyeg szélére állítás, a nyilvános megalázás ideje lejárt, és ez már az az új keretrendszer, amelynek mentén majd a gyerekeink dolgozni fognak. És hát lássuk be: még ha vezetőként megnehezítheti is a dolgunkat ezeknek a fegyelmezési eszközöknek a hiánya, a gyerekeinknek nem kívánjuk, hogy úgy kezeljék őket, ahogyan velünk bántak annak idején.

A játékok egy másik hányadában a gyerekeink ismeretlenekkel játszanak. Ez sem jelenti azonban azt, hogy a valódi ismerősei ne látnának rá a gyerek játékbeli sikereire vagy kudarcaira. Elég, ha az egyik tudja a másik avatárját, és megnézi a rankingen, hogy mit csinált, milyen eredményeket ért el. Ez pontosan ugyanolyan szívatások vagy éppen elismerések forrása lehet a személyes kapcsolatokban, mint régen a pályán nyújtott teljesítmény vagy a mostani kooperatív játékok.

Ezek a játékok is megteremtik a maguk generációs jegyeit, mert a bennük részt vevők között sajátos kapcsolatok alakulnak ki. Az avatár mögött megbújó ismeretlenek életkorát, szociális helyzetét, bőrszínét sem ismerjük, bár a gyerekek szerint a kommentekben, chatekben használt kifejezések sokat elárulnak a beszélőről. Szögezzük le mindjárt, hogy már ennek felismerése is egy képesség, pont olyan, mint amikor régebben valakit személyes találkozáskor a ruházata alapján ítéltünk meg: sokszor bejött, de nem mindig.

A Z-s nem fogja az embereket a ruhájuk alapján megítélni, a hozzászólásaik alapján viszont igen.

Itt ne feledkezzünk meg arról, hogy ezekben a játékokban nem látszanak például a testi fogyatékoságok, senkit nem bántanak azért, mert eláll a füle, vékony a hangja, kicsi vagy kövér. A mi világunkban az ilyesmi olykor csúfolódáshoz, kegyetlen tréfákhoz és kirekesztéshez vezetett, a gyerekeink azonban nincsenek kitéve ennek, mert nem láthatóak, és ha nem akarják, nem is hallhatóak. Nyugodtan mondhatjuk, hogy az iskolához vagy a mi gyerekkori kapcsolatainkhoz képest az online játékok tere egy esélyegyenlőségi paradicsom, ahol kis testi hibák vagy ilyen-olyan fogyatékoságok miatt nem éri hátrányos megkülönböztetés a szereplőket.

A másik fél személytelensége azonban nem jelenti azt, hogy ez a világ ne lenne hierarchizált, a különbség „csupán” annyi, hogy az ilyen játékos terekben kialakuló alá-fölé rendeltség sokkal inkább teljesítményalapú, és kevésbé formalizált, mint bármilyen más hierarchia, amit az idősebb generációk valaha láttak. Aki jobban nyomja, annak több szava van. És igen, van tekintélyük a régi játékosoknak is,

*„OG-nek”, azaz „Old Gangsternek” (vagy „Original Gamertagnek”)
nevezik őket,*

de az ő tekintélyük sem megingathatatlan. A kifejezés éppen úgy használható elismerésként, mint lekezelésként, „Hagyd, ne foglalkozz vele, hisz ő egy OG!” értelemben. Alapvetően a teljesítmény érvényesül fő szabályként ezekben a játékokban, és meglehetősen kis terük marad egyéb szempontoknak. Nem számít a kor, a beosztás, sem a szépség, ami miatt a mai napig sokan acsarkodnak, mondjuk, a kolléganőjükre, ha gyorsan jut előre a számlárlétrán.

A Civilization játék atyja, Sid Meier egy ihletett pillanatában már megmondta a tutit: „A játék nem más, mint érdekes döntések sorozata.”

Ezt egy geek/gamer blog főszerkesztője úgy módosította, hogy: „A játék nem más, mint jelentőségteljes döntések sorozata.” (Forrás:

https://diceandsorcery.blog.hu/2016/09/09/szoval_a_jatek_nem_muveszet_velemenye)

Persze ebben a világban is sokat számít a kommunikáció. Vannak divatos, jó szerepek. Új csoporthoz csatlakozva a szerénység dukál, de vannak, akiket az ilyen szabályok hidegen hagynak. Akár a felnőttek gyerekkori szociális terei: mind ismertük a nagy arcokat, a helyes gyerekeket és az alázatosakat. De a mai világban már nem lehetne megírni az *Iskola a határon*-t, mert ez a milió nem zárt, hanem nagyon is nyitott, ami nagy különbség.

Ebben a térben minden szereplőnek sok potenciális csapattársa, szövetségese vagy – úgymond – „barátja” van. Emiatt a kisebb hibák, vétkek, rossz tulajdonságok is felértékelődnek, az ember könnyen elveszítheti a tekintélyét vagy a szövetségeseit, de könnyen talál is magának újakat, ha neki nem tetszik valaki. És ez – a *Facebook, Messenger, TikTok, Snapchat...* című fejezetben majd részletesebben foglalkozom a témával – számos következménnyel jár. Kevés szülő tudja, hogy a gyerekeink nagyon is szeretik megválogatni a szavaikat, vagyis nemegyszer igen óvatosak a kommunikáció során.

Ezért is van, hogy kerülnek az élőszavas szituációkat. Hogy csak a legegyszerűbb példát mondjam: a telefont pont telefonálásra a lehető legritkábban használják. Írtam már, hogy felhívni valakit olyan, mint rányitni a fürdőszoba ajtaját, arról nem is beszélve, hogy a beszélgetésben azonnali reakciót vár el tőlünk a partnerünk, ez pedig ijesztő. Nincs idő megfontolni a válaszokat, átgondolni, pláne leírni, áthúzni, megszerkeszteni. Így aztán a gyerekeink telefonálás helyett üzeneteket hagynak, ha hangalapú üzemmódban akarnak kommunikálni, akkor is. De még jobb a chat vagy a Messenger. Ez a jelenség komoly gondokat okoz a munkahelyeken is. A lényeg most az, hogy a játéktér az ő esetükben merőben eltér a felnőttekétől, hiszen az előző generációknak nem volt választásuk, azzal játszottak, aki a közelükben lakott,

adott közegben kellett minden pillanatban megállniuk a helyüket.

Sok szülő gondolja, hogy a számháborúban a gyerek legalább mozgott, ellenben a gép előtt csak ülnek, és ebből nagy baj lesz. Nos, minden valószínűség szerint ez is hatalmas tévedés. A mai Y-osok és Z-sek roppant egészségtudatosak, és mint azt már kifejtettem, sokkal fontosabbak számukra a testi értékek, mint a felmenőiknek. Lehet, hogy kevesebbet mozognak, de mindenáron meg akarnak felelni azoknak a szépségideáloknak, amelyeket éppen az internet állít eléjük nap mint nap. Ennélfogva lényegesen egészségtudatosabban esznek, mint a szüleik, a baby boomerekkel összevetésben pedig valóságos aszkéták. Ugyanakkor azt látjuk, hogy a Z-sek – pusztán az elvárások miatt – érett fejjel futnak, fitneszklubba járnak, gyúrnak, és sokkal több időt szánnak a testmozgásra a szüleiknél.

Mindez nem jelenti azt, hogy a netezés, a videójátékok és a közösségi oldalak *ne okoznának problémákat, és ne lennének generációs jegyek forrásai ebben a korcsoportban.*

Tudjuk, hogy a Z-sek konfliktustűrő képessége a személyes kapcsolatokban végtelenül gyenge, nincsenek praktikáik, amelyekkel kezelhetnék a nézeteltéréseket, és közben öntörvényűek, cselekedeteik legfőbb mozgatórugója pedig a személyes haszon keresése. Mindez nem könnyíti meg a velük való együttműködést semmilyen családi vagy társadalmi viszonyban. Amit nem tudunk,

az az, hogy ez mekkora hátrányt jelent majd számukra, és mennyire lesz alapja a boldogságuknak – vagy boldogtalanságuknak.

Mi sem látunk a jövőbe. Nyilvánvaló, hogy a digitalizáció jelentős átalakulást hoz az életünkbe. A ma ismert munkakörök egy igen tetemes része egész egyszerűen megszűnik létezni a közeli jövőben. A közgazdászok egy része azt vizionálja, hogy ez katasztrofális hatással lesz a foglalkoztatásra, és emiatt az egész gazdaság működési modelljét át kell alakítani. Más kutatók úgy vélik, hogy e folyamattal párhuzamosan új munkahelyek jelennek meg a gazdaságban, amelyek felszívják a munkaerőt, ahogyan az már bekövetkezett több kisebb ipari forradalom alkalmával is.

Nem tudok állást foglalni ebben a kérdésben, de az feltételezhető, hogy a Z-sek mentalitása, munkához és emberekhez való viszonya sokkal jobb túlélési lehetőségeket biztosít számukra, mint amit az X-eseknek a fejleszgetett elkötelezettségük vagy az Y-osoknak a mindent átító megosztási hajlamuk.

Nem a boldogulásukkal van tehát probléma, hanem magával a jövővel,
annak kiszámíthatatlanságával, valamint a saját alkalmazkodóképességünk
miatti aggodalommal.

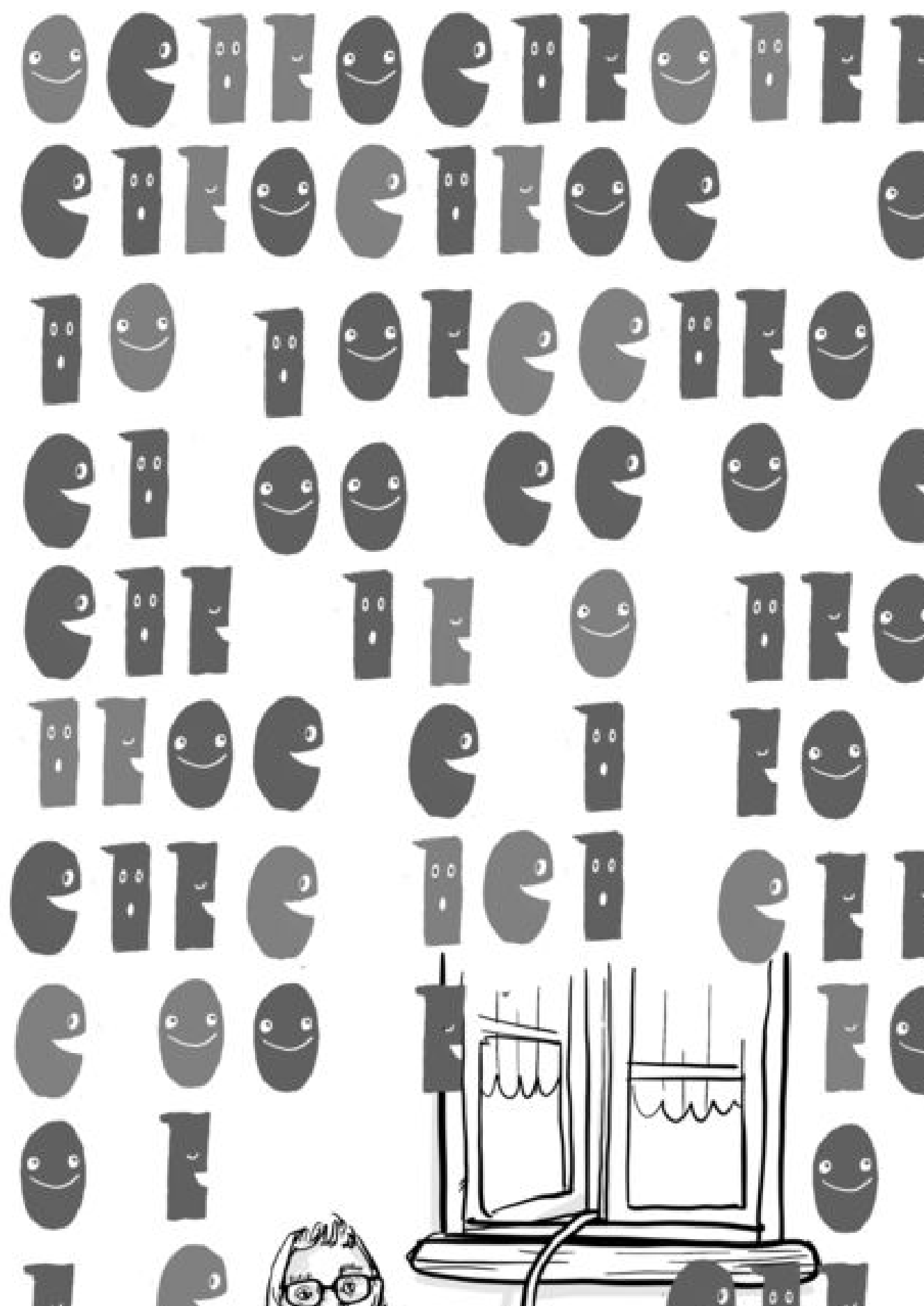
Mi lesz, ha jönnek ezek a nyikhajok, és mindent értenek, amit mi nem? Valójában ez az egyik nagy kérdésünk, és rettentő idegesek vagyunk attól, hogy nem tudjuk a választ.

Sokan gondolják, hogy a személyes kapcsolatok hiányában ez a nemzedék boldogtalan lesz. Nos, ez sem feltétlenül igaz, inkább tűnik az összejárásban hívő X-esek aggodalmának. Ebben a könyvben már bemutattam, hogy velünk él egy olyan generáció, amely nem kifejezetten tehetséges a szeretet kimutatásában – de vajon kimondhatjuk-e, állíthatjuk-e, hogy az egy boldogtalan generáció?

Az valószínű, hogy a Z-sek és az alfások nehezen teremtenek majd kapcsolatokat náluk idősebb korcsoportok tagjaival, de ez nem jelenti azt, hogy ne lennének tökéletesen elégedettek a generációjukon belüli, kevésbé személyes, mint inkább virtuális nexusaikkal. Nincs okunk és jogunk azt állítani, hogy az ő kapcsolati hálójuk rosszabb lenne a miénknél.

Azt sem nagyon mondhatjuk, hogy az X-esek kapcsolati hálója jó, és ettől az egy boldog generáció. Tényleg? Ha körülnézünk a villamoson, csupa mosolygó negyvenes, ötvenes arc néz vissza ránk? Vajon nem látunk-e a környezetünkben kismillió válást, nem igazi X-es találmány-e a második család (nagy gyerekek, válás, fiatal feleség, új gyerek), nem szűnnek-e meg évtizedes barátságok politikai nézetkülönbségek miatt? Ez csupa olyan jelenség, ami azt mutatja, hogy az X-esek személyes találkozásokra épülő kapcsolatrendszerét is kikezdheti az idő és a környezeti hatások. Vajon van-e okunk ennek fényében azt előrevetíteni, hogy a Z-sek felnőttként a személyes kapcsolatok hiányában boldogtalanok lesznek? Az igazság az, hogy erről csak feltételezéseink vannak, amelyek nemritkán pont a saját generációs jegyeinken alapulnak.

Ezt nevezzük „generációs vakságnak”.





2. FACEBOOK, MESSENGER, TIKTOK, SNAPCHAT... – A KÖZÖSSÉGI MÉDIA

„Beszéltem a haverommal, neki is jó hétfőn” – mondtam a minap a barátomnak egy közös program egyeztetésekor. Csak ezután vettem észre, hogy pontosan az történik velem, amiről a Z-sekkel kapcsolatban szoktam papolni: a fejemben összemosódott a virtuális és a valós világ. A történet harmadik szereplőjével ugyanis valójában nem beszéltem, hanem ráírtam Messengeren, és a szó hagyományos értelmében nem is a barátom, hanem egy szakmai érdeklődő, aki a Facebookon keresztül talált meg.

Persze lehetett volna okom arra, hogy eltúlozzam az illetővel való kapcsolatom szorosságát, de valójában nem volt. Az is előfordulhatott volna, hogy el akarom titkolni a nevét, csak hogy ez sem volt igaz: a barátom már tudta, kiről van szó. Annyi történt csupán, hogy tömörebben szerettem volna átadni az információt, ezért összemostam a tereket és a megnyilvánulási formát.

Mea maxima culpa. Egy szintre hoztam a beszélgetést egy üzenetváltással. Mindegy, milyennel, lehetett volna ez SMS, Viber vagy bármi más is, valószínűleg ugyanazt mondtam volna a barátomnak.

Nem is ez a kérdés, hanem az, hogy ezek a dolgok valóban lényegtelenek-e.

A gyerekek jövőjéért aggódó szülők szerint nyilván nem, nekik pont az az állításuk, hogy a gyerekek nem tudnak különbséget tenni a virtuális és a valós terekben fenntartott kapcsolataik között, nem tudják, „mi az a barátság”.

Nyilván igaz – és a munkahelyi konfliktusokról szóló fejezetben ezt részletesen taglalom is –, hogy a munkahelyi viszonyok között ezeknek a dolgoknak bizony van jelentőségük. Nem mindegy, hogy az X-es főnök értekezleten akarja-e megvitatni a projekt állását minden hétfőn, e-mailben kérdezősködik és kér tájékoztatást, vagy pénteken kiküldi a projekt értékelő kérdéssorát, amelyet a megfelelő elektronikus projektvezető szoftver segítségével készített.

De mi a helyzet a családban vagy a gyerek kortárs csoportjaiban? Hogy ezt megértsük, fontos áttekintenünk, miként változtatta meg a közösségi média az életünket, és milyen generációs jegyeket hagyott azokban, akik beleszülettek ebbe a térbe.

A közösségi média egyik platformja sem arra való, hogy megmutassuk, kik vagyunk, és hogy élünk. Bizonyos értelemben persze igen, azt is kifejezésre akarjuk juttatni, hogyan gondolkodunk a világról, hogy a hozzánk hasonló gondolkodásúakkal kapcsolatot teremtsünk. De sokak számára önmagunk bemutatása inkább arról szól, hogy

milyennek akarjuk láttatni magunkat, vagy hogy miképpen szeretnénk élni.

Kicsit jobban belegondolva, ez mindig is része volt az életünknek, csak más platformokon zajlott az idealizált kép kialakítása. Nagyanyáink menekültek a pletykák elől: ha apa ivott, igyekeztek megtéveszteni a helyi közösséget, finoman szólva nem tárták fel a valóság minden szegletét. Ráadásul erre trenírozták a gyerekeket is. És a helyi közösség a maga módján partner is volt ebben, a feleség a legkritikább esetben hallotta vissza azt, amit amúgy az egész falu tudott, nevezetesen, hogy apa alkoholista. Mindenki úgy tett, mintha... Mindez a mai napig megfigyelhető, és a szenvedélybeteg emberekkel foglalkozó szakemberek pontosan ugyanerről számolnak be nemcsak falusi, de nagyvárosi és digitális közegek

kapcsán is.

Arról van tehát szó, hogy a Facebook és nagy általánosságban a közösségi média **csak továbbviszi, katalizálja és láthatóvá teszi a régi beidegződéseinket.**

Amikor régebben az emberek a szájukra vettek valakit, és elítéltek ezért vagy azért, akkor az illető és környezete leginkább csak a megszólításokból és a lerövidült bolti párbeszédéből sejthette, hogy mindez megtörtént. Ma világosan látszik minden felületen, ha a közösség pálcát tör valaki felett. A kommentáradat pillanatok alatt eldurvul, ahogy mindenki meg akarja mutatni, hogy milyen mértékben – lehetőleg másoknál fokozottabban – elítéli a normaszegést. Ezzel párhuzamosan azonban továbbra is rejtve maradnak az olyan családon belüli ügyek, mint a feleség- vagy gyerekbántalmazás, amiből csak akkor lesz ügy és eldurvult reakciók, amikor erről már a rendőrségi közlemény számol be.

Mindez azt mutatja, hogy a padon ülős, pletykálós reflexeink és beidegződéseink ugyanúgy működnek, mint régen.

A pszichológia régóta ismeri a „homlokzat” fogalmát, amelyen azt érti, hogy az ember a társas kapcsolataiban igyekszik valamilyen képet kialakítani magáról. Ebbe az is beletartozik, hogy a beszélgetőtársak és általában a kapcsolati hálónk tagjai igyekeznek úgy tenni, mintha el is fogadnák a magunkról kialakítani kívánt képet. A homlokzat megsértése vagy lerombolása ugyanis heves reakciókat vált ki annak építőjéből, és ezt a konfliktust próbáljuk elkerülni. Így viszont hajlamosak vagyunk el is hinni azt, amit magunkról valójában sugalmazni akarunk. Ez tehát nem ismeretlen jelenség, nem a közösségi média eredménye.

A közösségi média ilyen értelemben csak leképezi a régi beidegződéseinket. A pszichológusok szívesen hangoztatják, hogy a közösségi platformok a magamutogatás terepei, és minden szebbnek látszik rajtuk, mint amilyen valójában. Ehhez hozzáteszik azt is, hogy ennek messzemenő következményei vannak a fiatalabb generációk önképére. Nem vitatom, hogy létezik ilyen hatás, a Z-sek öltözködési, higiénes szokásainak emlegetésekor ki is tértem erre. Látjuk azonban, hogy bizonyos határok a mai napig pontosan ugyanott húzódnak, mint a közösségi média megszületése előtt. A családon belüli erőszak vagy az alkoholizmus ma sem a közösségi médián keresztül lepleződik le: a mindent tudó szomszédok és családtagok hallgatása arra is kiterjed.

A közösségi médiában alapvetően kétféle magatartás létezik: a tartalom-előállító és a létező tartalmat megosztó. Mindkettő az előbb említett homlokzatépítés terepe. A szelfi, a kép a gyerekről, a „Bejelentkezett itt...”, a „Mit mondott már megint ez a kis gézengúz?” értelemszerűen tartalom-létrehozás. Ezzel szemben egy kész cikk vagy blogspot megosztása egy már létező tartalom továbbadása, ami ugyanúgy önmagunk kifejezését szolgálja, hiszen a tartalommegosztók is kommentelik az adott tartalmat, valójában azonban ez utóbbi műfaj képviselői sokkal kevesebbet akarnak kiadni magukról, mint azok, akik aktívan elő is állítják a tartalmakat.

Minden generációban vannak ilyen és olyan szereplők is, de az arányuk eltérő. Az igazi kitárulkozók, így a Facebook vagy az Instagram tartalom-előállító kisiparosai az Y-osok és a Z-sek (előbbieket inkább a Facebookéi, utóbbiak inkább az Instáéi). Ők az igazi kitárulkozók. A felmérések szerint ők adják a saját magukat is megjelenítő vagy a gyerekeiket, kutyájukat, macskájukat, aktuális tartózkodási helyüket kisebb-

nagyobb pontossággal megadó posztok 80 százalékát.

Mindez persze nem véletlen. Szóltam már róla, hogy az Y-os és Z-s fiatalok számára a világ nem félelmetes hely, hanem a korlátlan lehetőségek tárháza, ellentétben az X-es, a baby boomer és a veterángenerációkkal, amelyek tagjai a kiszámíthatóságból, a stabilitásból eredeztetik a biztonságot.

A Kaspersky Lab kutatásai kimutatták, hogy az emberek egyharmada kevesebbszer keresi fel a személyes családtagjait, hozzátartozóit, amióta létezik a közösségi média.

A szülők egyötöde azt is elismerte, hogy sérült a gyermekükkel való kapcsolatuk, miután kompromittáló helyzetben látták őket a közösségi oldalakon.

Az online kereskedelem és a pénzforgalom szempontjából sem közömbös, hogy a különböző generációk mennyire másként viszonyulnak a személyes adataikhoz. A bezárkózó veteránok és a bizalmatlan baby boomerek abban nőttek fel, hogy még a számlaleveleket is csak eltépvé lehet kidobni a kukába, a banki papírokat pedig gyűjteni kell. Aki manapság szembesül idős rokona hagyatékával, megdöbbenve látja, hogy ilyesemből mennyi gyűlt össze egy hosszú élet során. Voltak ennek persze praktikus szempontjai is: nem lehetett a bankkal vagy a vízművekkel online adatok alapján vitába szállni – bizonyos értelemben mindannyian a postás kezében voltak –, de a dolog háttérében mégiscsak a bizalmatlanság állt.

Az X-esek is úgy nőttek fel, hogy a családi ügyekhez senkinek semmi köze, ha apa és anya elváltak, akkor azt nem kötötték még az egyébként abszolút érintett óvoda vagy iskola orrára sem. És igen, az X-es is látta a széttépett leveleket a kukában, hiszen a szülei masszívan álltak a bizalmatlanság talaján. Az X-es manapság kezdi levetni a félelmeit, de általánosságban azért elmondható, hogy az olyan új megoldások, mint a kártya nélküli fizetés különböző módjai, nem tőlük terjednek a fiatalok felé, hanem fordítva, az Y-osok, a Z-sek veszik először birtokukba őket, az X-es pedig némi késéssel („a tesztidőszak lejártá után”) kezdi használni.

Az Y-os és a Z-s ugyanakkor nem félti a személyes adatait,

hanem cserealapnak tekinti azokat.

Ha adsz érte bármit, amitől javul a közérzetük, kevesebb gombot kell megnyomniuk, eldobhatnak az ötből egy távirányítót, a tárcájukból egy kártyát, vagy csak küldenek nekik egy e-mailt a legjobb ajánlatokról, akkor ők gondolkodás nélkül megadják az adataikat, „Miért is ne?” alapon.

Az X-esek ezzel szemben a neveltetésüknél fogva óvatosabbak. Sokan közülük alapszabályként vallják, hogy a gyerekről nem osztanak meg képet, mert az lájkvadászat. És különben is, biztonság és személyiségi jogok is vannak a világon. Mások a nyaralós képeket is csak a nyaralás után töltik fel, nehogy tippet adjanak a betörőknek. Az X-esről aligha lelhető fel magányos szelfi, náluk ez a műfaj is a valós kapcsolatokról szól:

egy rendes X-es mindig valakivel együtt szelfizik,

legyen az feleség, barátok, egyre megy. Ezeken a képeken mindenki nagyon vidám, hiszen valóban közös élményekről szólnak, a „fiúk” kihelyezett ultipartijáról, motoros túrájáról vagy a „csajok” kiruccanásáról.

A közösségi térben is az X-esek a legnagyobb programszervezők; az ő kezük alatt telik meg élettel a legtöbb „esemény” az évfolyamtalálkozótól a tematikus összejöveteleken és koncerteken át a kert végében tartott pétanque-partiig. Mindegy is, a lényeg, hogy az X-es közösségi lenyomata sokkal nagyobb arányban köthető a valós életbeli kapcsolati hálóhoz, mint a fiatalabbaké.

Tevékenységük következő nagy szelete a mások által létrehozott, jórészt írásos tartalmak megosztása, szóljanak azok politikáról, kultúráról, sportról, közéletről vagy bármilyen hobbitevékenységről. Az X-es ezeken és a hozzájuk fűzött kommenteken keresztül írja le saját magát, és ebben a minőségében nemegyszer sokkal jobban lemeztelenedik, mint azt hinné. A magát visszafogottnak gondoló X-es egy profilalkotónak valószínűleg többet árul el önmagáról, mint az Y-os, aki minden játszótéren lefotózza magát és a gyereket is.

A baby boomerek közösségi médiához való viszonya pedig szerintem a legcsodálatosabb leképeződése annak, hogy miként formál egy generáció a maga képére egy új, meghatározó erejű élményt – a közösségi média megjelenését.

Anyukámat én vezettem fel a Facebookra az esküvői fotóinkkal, miután kénytelen volt megérteni, hogy azokat album formájában leghamarabb néhány hét múlva tudja a kezébe venni. Nekünk ugyanis ez egyáltalán nem volt sürgős, hiszen minden megtalálható a Facebookon vagy valamelyik felhőalkalmazásban. Ehhez képest már a tejfakasztó buli előtt megjelent a nyilvános falamon anyám figyelmeztetése: „Kisfiam, vigyázz magadra, ennek a gyerekek szüksége van az apjára!”

Aztán szép lassan ismerősnek jelölt anyám és apám egész rokonsága, a szélesebb értelemben vett család, sőt olyanok is, akik az ő barátaik voltak, és gyerekként láttak biciklizni az utcában. Senkit nem utasítottam vissza, és nemcsak a szakmai érdeklődés munkált bennem, hanem nagyon aranyosnak találtam, amit láttam.

Az ő világukban a „Sok sikert a nyugdíjasklub vacsorájához, én sajnós a cukrom miatt nem mehetek...” kiírás pont úgy megjelenik az én falamon, mint a virágcsokrokkal dekorált Teréz-napi jókívánság, a Coelho-idézet és a „Géza, gyere már haza, mert kihűl a leves!”, mindez persze néhány súlyos politikai komment társaságában. Csodálatos kavalkád ez.

Megnéztem a mai falamat a Facebookon. Van egy bejelentés egy ma kötött házasságról, valaki kapcsolatba került, és egy ismerősömről kiderült, hogy négy hónapos terhes. Ketten hálásak valamiért, míg valaki épp derült volt délután. Többen kirándultak ma, míg páran egész jó eredményt értek el a félmaratonon. Van egy-két jó fotó a frankfurti autókiállításról, és néhány egy wellness-szállodából. Felkínáltak nekem egy újszülött kutyát meg egy alig használt ülőgarnitúrát. Jófejségből megosztottam egy ismerős albérleti hirdetését.

A közösségi médiával, és azon belül mindenekelőtt a Facebookkal az emberiség új közzétételi helyet

is kapott. Ezen a közösségi platformon értesülünk róla, ha egy ismerősünk összejön valakivel („Kapcsolatban vele...”), munkába áll, itt és itt van („Bejelentkezett itt...”), gyereke születik (vagy a macskájának születnek kölykei). Szülők teszik itt közzé, hogy a csemetéjük kitűnő bizonyítványt szerzett, elballagott, leérettségizett, felvették. És folytathatnánk a sort a végtelenségig.

Nincs is ezzel alapvetően semmi baj. A közösségi média valóban alkalmas arra, hogy sok bennünket ismerő embert érjünk el egyszerre. Ne kelljen már leveleket feladnunk a postán 2020-ban! Meg e-mailekkel vacakolni, hogy ki kaphat sima másolatot, és kit tegyünk a titkos címzettek közé...

Ugyanakkor látnunk kell, hogy ez a jelenség is megváltoztatja az életünket.

A legfontosabb különbség talán az, hogy az események szükségképpen nivellálódnak, amikor egymás után bukkan fel a falunkon az „Érik a barack!”, a

„Cirmi hat egészséges kis szörmóknak adott életet...”, és a „Tudatom mindenkivel, aki szerette, hogy apám meghalt...”. Ebben a közegben bizonyos események fel-, míg mások leértékelődnek. Amikor a megyei napilapban jelentek meg a gyász hírek és az adott héten születettek listája, akkor ezeket külön rovatokban (Gyász hírek, illetve Gólyahír), sőt külön napokon tették közzé, mindent a maga helyén.

A közösségi média azonban kénye-kedve szerint rakja egymás mellé a falunkon megjelenő híreket, ami

abszurd közeget hoz létre.

A gyász hír különösen fura ebben a világban, hiszen a legtöbb közzétett esemény valamiféle örömhírt jelenít meg, a gyászhoz kötődők drámaian kilógnak ebből a sorból, és új viszonyt határoznak meg köztünk és a halál között.

Az ilyen posztokat ugyanis leginkább az itt maradottak teszik közzé, többnyire a saját oldalukon, hiszen az elhunytéhoz nincs hozzáférésük (ezért van tele temetetlen holtakkal a Facebook). Itt viszont olyanok is értesülnek az eseményről, akiknek az égvilágon semmilyen kapcsolatuk nem volt az elhalttal – gondoljunk csak bele, hogy Facebook-ismerőseink közül hánynak ismerjük a szüleit személyesen!

A partecédulát és a gyásztáviratot eleve csak azok kapták meg, akik az elhunyt – és nem a közzétevő – rokonai, ismerősei voltak. Értesülvén azonban a halálesetről, valamilyen reakciót mégiscsak kell adnunk, akkor is, ha a közzétevő csak az ismerősünk, és csupán a Facebookon. Beírunk hát egy „Nyugodjék békében!”-t, egy „Legyen neki könnyű a föld!”-et, aztán... igen, aztán leginkább továbblépünk. Vagy még inkább... továbbgörgetünk. Szép fordulat lenne azt írni, hogy „továbbgörgetünk, mintha mi sem történt volna”, de nem ez a helyzet. Nagyon is történt valami, megint tanultunk valamit arról, hogyan lehet egyszerre érzékenyek lenni és valójában ki is zárni egy eseményt az életünkből.

És nemcsak a gyász hírekkel, de szinte minden egyéb megnyilvánulásunkkal helyzetbe hozunk olyanokat is, akik egészen másképp viszonyulnak az általunk közzétettekhez. A cicánk kölykeiről kirakott poszt olyanokhoz is eljut, akik súlyosan macskaallergiások, ezért valójában irtóznak a kedvencünktől. És milyen a mi viszonyulásunk, amikor mások sikerét, nagyszerű és drága nyaralását, új autóját, bombázó csaját, kockahasú fiúját látjuk? A nyilvánosságnak szánt szinten lájkolunk, gratulálunk vagy viccesen irigykedünk. A valóságban azonban sokan hátréna, hiszen mindez a kudarcokkal szembesíti őket, függetlenül attól, hogy azok önhibájukból vagy rajtuk kívül álló okokból következtek be. A látható (publikus, megosztott) énünk és a tényleges énünk között ilyenkor feszültség alakul ki, ez pedig frusztrációval jár, ami elvezet bennünket egy másik jelenséghez, melytől a szülők ugyancsak féltik a közösségi térben kódorgó gyerekeiket.

Ez a szélsőségesen agresszív megnyilvánulások világa.

A félelem érthető, hiszen a közösségi média megjelenésével a szülők is megdöbbenő mennyiségű ilyen megnyilvánulással találkoznak. Sokan gondolják ezzel kapcsolatban, hogy a közösségi térben leomlanak azok a szociális gátak, amelyek megakadályoznak bennünket abban, hogy egymásnak essünk az utcán, a munkahelyen vagy bárhol. Ebből pedig egyenesen következne az a gondolat is, hogy a közösségi térben felnövő gyerekeinkben e gátak ki sem alakulnak, vagy gyengébbek lesznek. Tehát felnőtt egy olyan generáció, amely az offline világban sem tud – vagy akar – uralkodni magán.

Ezek a félelmek szerintem alaptalanok. Az online közösségekhez tartozásnak szigorú szabályai vannak (erről korábban is írtam már), amelyek nagyon

hasonlatosak a korábbi társadalmi szabályokhoz, és rendkívül erősen működnek is. De ennél is fontosabb, hogy a sok gyűlölet mellett

a szeretetnek és a szolidaritásnak is megvannak a maguk megnyilvánulásai a közösségi térben.

Nemzetközi adakozási kampány lett egy másfél éves magyar kisfiú történetéből, aki egy nagyon ritka és rettenetesen drágán gyógyítható betegségben szenved.

Jelenleg kétféle kezeléssel lehet hatékonyan gyógyítani a betegséget, a közös bennük, hogy méregdrágák. A másfél éves kisfiúnál (akinek a története napok óta meghatározza a magyar internetet) ez az összeg hétszázmillió forint, ennyibe kerül az ő esetében valószínűleg hatásos, néhány hónapja bemutatott új gyógyszeres terápia. A család péntek este arról posztolt, hogy forintban, fontban és euróban is adakoznak, és szépen gyarapszik az összeg, most nagyjából kétszázhusz-kétszázötvenmillió forint környékén járhatnak, vagyis három nap alatt sikerült összeszedni az összeg harmadát. (Forrás: index.hu)

Leginkább arról van szó, hogy a korábbinál

sokkal több inger – és így sokkal több viszonyulási kényszerhelyzet is –

keletkezik a közösségi média miatt az életünkben, mint ezt megelőzően. Régen nem tudtunk arról, ha a távoli ismerősünk macskájának cuki kölykei születtek, de arról sem, ha egy másik városban valaki megverte a kutyáját. Most azonban értesülünk minderről, sőt képeket és videót is láthatunk ezekről az esetekről, amelyek emóciókat váltanak ki belőlünk, és lehetőséget, illetve kényszert is teremtenek a valahogyan viszonyulásra. A barátunk elvárja, hogy lájkoljuk a macskája kölykeit, a kutyával kapcsolatban pedig szükségesnek tartjuk elmondani, hogy mi ezzel nagyon nem értünk egyet.

Emiatt pedig nem csupán a szeretet-, de a gyűlöletmegnyilvánulások száma is megemelkedett, csak hogy ezek érzékelése aszimmetrikus. A gyűlölet hangjaira jobban felkapjuk a fejünket, belénk ivódnak, számontartjuk őket, ugyanis a legerősebb ösztönünkre, a félelmünkre hatnak. A szeretet kifejeződéseit megkönnyezzük olykor, ám nem posztoljuk ki elrettentő példaként, és magunkban sem tároljuk el őket annyira, mint azokat, amik félelemmel töltenek el bennünket.

Vannak esetek, amikor egyértelmű, hogy a közösségi média katalizátorként működik közre agresszív cselekmények elkövetésében. Tipikusan ilyenek a levideózott és büszkén kipoztolt, vadidegen emberek sérelmére elkövetett verések. Ezek természetesen rendkívül riasztó jelenségek, de azt nem szoktuk számba venni (mert nem is lehet), hogy elborzasztó voltuk

hány gyerekhez juttatta el azt az üzenetet: légy észnél

akkor is, amikor a környezetben valakik jófejségnek tartanak valamit, ami neked nem tetszik. Ugyanígy ritkán vesszük észre, hogy milyen sok esetben fognak össze kisebb-nagyobb csoportok a neten egy-egy jó ügy támogatására, hány gyűjtőakció indul kilakoltatott családok vagy bajba jutott emberek megsegítésére.

Ha igazam van, és mind a szeretet-, mind a gyűlöletingerek megszorodtak a közösségi média révén, akkor nem arról van szó, hogy a gyerekeink és az unokáink egy eldurvult világot építenek maguk köré, hanem arról, hogy egy korábbinál súlyosan ingergazdagabb, ám az együttéléshez szükséges határokat továbbra is tiszteletben tartó közeg jön létre a felcseperedésükkel. Az ingergazdagság ettől még természetesen probléma, aminek a hatásaira már többször utaltam ezeken az oldalakon – de fontos üzenet, hogy ez a sok inger nem egy irányba, nem csak az

agresszió felé mutat.





3. INFLUENSZER, AZ „ÚJ” IKON

Influenszer lehet bárki. Nem csupán természetes személy, de bármilyen alak (állat vagy akár kitalált figura), aki a közösségimédia-platformokon kialakított nagyszámú követettségét felhasználva reklámértékű, befolyásoló, valamely termék vásárlására vagy szolgáltatás igénybevételére ösztönző tartalmakat oszt meg. Teszi ezt például a híres durcás cica, Grumpy Cat, aki amellet, hogy egy teljes mémgyárat inspirál a mai napig, még egy macskaeledelt gyártó cég arca is, sőt 2017-ben a Forbes a közösségi média legbefolyásosabb háziállatának választotta (jelenleg két és fél millió Instagram-követője van). (Forrás: nmhh.hu)

A közösségi média egyik legmegosztóbb jelensége az influenszer. A szülők jellemzően tehetségtelen senkiket látnak bennük, a gyerekek pedig lenyűgözve bámulják őket, és a városi legendárium szerint nagy részük olyan akar lenni, mint ők. Az influenszerjelenség egyértelmű következménye a kortársorientált tudásáramlásnak, amely ebben a könyvben már több ponton is szóba került. Az influenszer

előképe a „példakép” és annak kővé dermedt változata, az „ikon”.

Csak hogy a példakép és az ikon egészen másképp működött, és a jelentőségük is más, mint az influenszernek. A példakép valójában sohasem az adott generáció saját választása volt, hanem a szülő, a mozi, a rádió vagy a tévé termelte ki, és állította a baby boomer és az X-es elé. A példakép és az ikon ezért egy súlyosan retusált figura. Alakja a világ szerencsésebb részén a PR-os, a kommunizmusban pedig nemritkán a párt munkáját dicséri. Hogy ki volt ikon a kommunizmusban? Például Sztahanov.

Példaképnek ideális választások voltak a sportolók, akiknek a viselt dolgait sokszor inkább átírta, elhallgatta a rendszer, de maguk a szülők is. Így lett például a külföldön szereplő focisták csempészbizniszéből fineszes stikli. De lehet még emlékezni a John McEnroe-t mosdatlan szájúnak bélyegző cikkekre, és vele szemben a példás magaviseletű Björn Borgra.

A zenészek, rock- és popsztárok már kevésbé voltak szülő- és rendszerkonform példaképek, őket inkább generáción belül adták egymásnak a tinik. De a klasszikus rockikonokat, a Beatlest, a Stonest már a mai X-esek zöme is lázadó, ám konformizálódott zenekarokként kapta baby boomer szüleitől, vagy – mint a *Hair* esetében – egy kiváló rendezőtől a nyolcvanas években. Ezek a sztárok meglehetősen letisztított formában, fű- és egyéb anyaghasználat, balhék és groupiek nélkül kerültek az X-esek elé. A valóság feltárása erősen kortárs csoportos feladat volt, a hozzáférhető angol nyelvű cikkek, később videók feldolgozása akkoriban egyáltalán nem volt egyszerű.

A példaképek zárt világát, a retusált arcokat nem a közösségi média bontotta le, ennek a folyamatnak komoly előzményei voltak a paparazzók személyében. A lesifotózás a kilencvenes években élte virágkorát, amikor a világ az internet és az e-mail, valamint a digitális fotózás megjelenésével kezdett még inkább összemenni. Az emberek hirtelen kíváncsiak lettek arra, hogy mi rejtezik a gondosan felépített imidzsek mögött. A bulvárlapok az internet kihívásait érzékelve elszemtelenedtek, és lesifotósok garmadáját alkalmazták, hogy megvillantsanak valamit a korábbi példaképek, úgymond, valódi világából. Így válhatott generációs élménnyé Lady Diana Spencer halála.

Ezzel ellentétben az influenszer a maga valóságában jelenik meg a közösségi médiában, és bár vannak közöttük, akik mást akarnak mutatni, mint amik valójában, az ilyenek rendszeresen lelepleződnek és elbuknak. Az influenszerek zöme éppen ezért igazából a saját életébe, hálószobájába, fürdőszobájába engedi be azokat, akik kíváncsiak rá, vagyis

ő a példaképhez képest egy rendkívül őszinte teremtmény.
„Én a szomszéd lány-kategória vagyok. [...] Beengedem a nézőket a szobámba. Láthatnak reggel, amikor felkelek, smink nélkül... Nincs benne semmi sallang, mi nem megcsinált sztárok vagyunk, mint a tévében.” (Részlet egy influenszerrel készített interjúból)

Ráadásul az influenszert magunk választjuk magunknak. A kínálat óriási. Sokkal nagyobb, mint ami régen a hetente megjelenő *Iffúsági Magazin* címlapján szembejöhethetett, vagy ami a *Zenebutikban* látható volt, vagy Göczey Zsuzsa *Lemezborze helyett* című műsorában előkerülhetett. Ennek megfelelően az influenszert a szülők jelentős része nem is ismeri. A baby boomer szükségképpen hallott valamit X-es gyermeke példaképeiről, de a ma tinit nevelő X-es szülők többsége vajmi keveset tud arról, hogy a gyereke milyen videókat néz a telefonján.

A BB-s tehát tudott viszonyulni az X-es példaképeihez, még akkor is (vagy pont azért...), ha a kép, amit felé mutattak, egészen más volt, mint a valóság. Nagy Feróról, a Beatrice frontemberéről ma is sokan gondolják, hogy élő csirkét darált a színpadon. De legalább gondoltak valamit róla, amin lehetett egy jót vitatkozni a koncertről hazatérő gyerekekkel. Az X-es viszont nem tud semmit a gyereke influenszereiről, ezért javarészt azzal intézi el a problémát, hogy az influenszer konzumál, eladja a lelkét, a „seggéből él”, és soha egy napot sem dolgozott még életében. Ezek a klisék azonban – bár lehet olykor valamennyi valóságtartalmuk is – súlyosan sértik a rajongókat, és lehetetlenné teszik az influenszerekről szóló párbeszédet.

Ugyancsak óriási különbség a példakép és az influenszer között, hogy míg az előbbi elérhetetlen, addig az utóbbi nagyon is megszólítható. Tegye fel a kezét az a baby boomer vagy X-es, aki rajongói pályája csúcsán be tudott szólni a Mick Jaggernek? Nincs jelentkező, csak Cinit látom? Nem véletlen. A példakép lényegi tulajdonsága, hogy valójában egy fikció, érinthetetlen, megközelíthetetlen. Az influenszer viszont itt él közöttünk, számolgatja a lájkokat, olvasgatja a véleményeket, üzen, válaszol, emoji-val értékeli a hozzászólásunkat, összességében olyan, mintha a tesónk lenne.

Ez pedig messzire vezet. A példakép az X-esek körében hajlamos volt ikonná nemesedni. A baby boomer és az X-es nem váltogatta a példaképeit úgy, „mint az alsógatyát”, az efféle magatartás – ahogy a pejoratív kifejezés is mutatja – egyenesen visszatetszést keltő a számára. Ezzel szemben az influenszereket a Z-sek

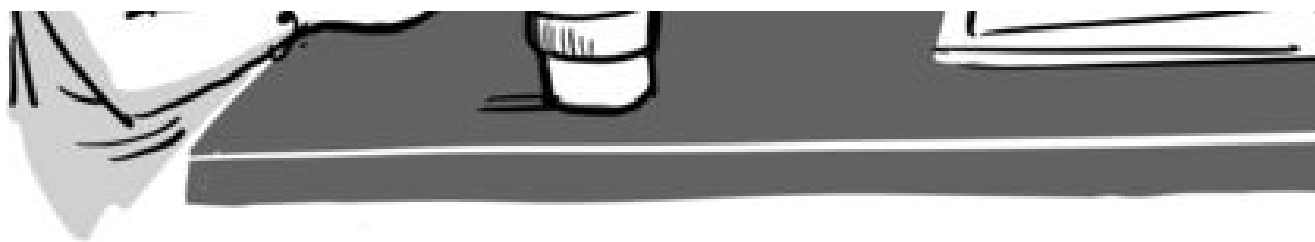
akkor dobják el, amikor csak akarják.

Ők ezen a területen is felhasználók, addig rajonganak, amíg jólesik nekik. Jellemzően néhány hónapnál nem tovább. Aztán váltanak, elvégre van kire: tele van az internet önként jelentkezőkkel. És ez megfordítva is igaz: tele van a net influenszertetemekkel, akik valamiért, akár egyetlen egy rosszul sikerült bejegyzés miatt, kiestek a követők kegyeiből.

Mindez tökéletesen illeszkedik ahhoz, amit a korábbi fejezetekben a Z-sek baráti társaságát helyettesítő mikroplatformokról felvázoltam. Ez azonban azt is jelenti, hogy a Z-sek remekül ismerik magukat, és azt a világot, amelyet ők „programoztak

be”. Valószínűleg pont ezért nem is kellene féltünk őket saját maguktól.





4. MUNKAHELYI PROBLÉMÁK

„Azért az közel sem korrekt, hogy most idejön egy fiatal dolgozni, egy nap után céges telefon, laptop, bónusz, talán még autó is, én meg tizenkilenc év után megkaptam az első céges íróasztali lámpámat...”

„Mindent megpróbáltunk, emeltünk a fizetéseken, bevezettük a rugalmas munkaidőt, több szabadnapot adtunk, mégis elmennek a fiatalok, és a helyükre nem találunk senkit.” (Forrás: saját kutatás; részletek egyéni interjúkból)

Két jellemző panasz. Az egyik egy kollégáé, a másik egy vezetőé. Magyarországon – és a világ számos más országában – nemcsak az okoz problémát, hogy kevés a képzett munkaerő, magas az elvándorlás, hanem az is, hogy piacra lépett a munkavállalók egy új generációja. Konkrétan a Z generáció tagjainak legöregebb csoportjairól (húsz–huszonöt évesek) és a fiatalabb Y-osokról (huszonhat–harminc évesek) van szó, akik az aktív és foglalkoztatható népesség csaknem 20 százalékát teszik ki. Őket nevezzük ebben a fejezetben „YZé generációnak”. A harmincévesnél idősebb Y generációsokat most azért nem soroljuk ide, mert noha tipikus generációs jegyeik erősen hasonlítanak fiatalabb társaikéihoz, számtalan fókuszcsoportos vizsgálatom bizonyítja, hogy a munkához való hozzáállásuk más, mint fiatalabb társaiké.

Az YZé tagjainak megjelenése és erős alkupozíciója szinte mindenütt erőteljes hatással van a cégek kultúrára, mert nekik egészen más elképzelésük van a munka világáról, mint elődeiknek. Ráadásul a technológia fejlődése is az ő világnézetüket támogatja. Az YZé nemzedék náluk idősebb (negyven év feletti) munkahelyi vezetői vagy akár egyszerű munkatársai pedig csak kapkodják a fejüket, hogy mi zajlik a vállalatnál, ahol tizen-huszoneve dolgoznak. Pedig ezt a céget az X-esek a korábbi idősebb vezetők távozása után erősen a saját képükre formálták, így az e pillanatban jellemzően az ő világképüket tükrözi. Ezért is olyan nagy a düh, amely most sok helyen a fiatalabb generációkra irányul.

Miért lettek ilyenek?

A jelenleg negyven-ötven évesek sok mindent végigcsináltak és megtanultak már az életben, a hátukon cipeltek egész cégeket, de a most zajló „munkavállalói forradalommal” nagyon nehezen tudnak mit kezdeni. A rendszerváltást követően, a kilencvenes években az X-esek a friss tudásukkal valósággal letaszították a cégek vezető pozícióiról az előttük ott ülő baby boomereket, és most valami hasonlót vizionálnak, csak éppen úgy érzik, ezúttal ők vannak a vesztes oldalon.

Az X-esek „kulcsos gyerekként” gyorsan leváltak a szüleikről, korán mentek bölcsibe, oviba, és nagy szabadságot élveztek délután, mivel BB/veterán szüleik – jellemzően mindketten – látástól mikulásig dolgoztak. Kétségtelen önállóságuk és remek alkalmazkodóképességük azonban éppen a szülők hiánya miatt bizonytalansággal társult, amit céges környezetbe lépve látszólagos magabiztossággal kompenzáltak. Ezt pedig csak egy dologra lehetett építeni, a maguktól és mindenki mástól is elvárt maximalizmusra.

Így lett az X-es a lojális munkavállaló, aki leginkább a műhelyben vagy az íróasztalon elhelyezett fotókon látta a családját. Ebből a lojalitásból még sok elemet átvettek az idősebb Y-osok is, de az YZé generációs munkavállaló szerint ez egyértelműen önként vállalt rabság, amiből ő, köszöni szépen, nem kér.

„Onnan tudom, hogy lejárt a munkaidő, sőt, hogy egyáltalán van olyan szó, hogy »munkaidő«, hogy a fiatalok csapatostul felállnak, összehajolnak, és

elmennek. Ott ülünk a kollégákkal, és kapkodjuk a fejünket, mi ilyenkor még simán befejezzük azt, amibe belekezdünk” – hangzik egy tipikus X-es értetlenkedése az YZé nemzedékbe tartozók hozzáállásával kapcsolatban.

De számos más dologból is feszültség adódik. Az idősebbek szerint a mostani fiatalok nem figyelnek, késnek, nem tarják be az írott, de főleg az íratlan szabályokat, nem tisztelik az idősebbeket, és folyton a telefonjukat nyomkodják; ha ott vannak, akkor is olyanok, mintha ott sem lennének. Se vége, se hossza a panasznak, amit megfejelnek a piaci körülmények azzal, hogy az általános munkaerőhiány miatt az YZé generációsok alkupozíciói rendkívül erősek. Ami aztán oda vezet, hogy viszonylag magas fizetéseket, nagy szabadságfokot és komoly juttatásokat harcolnak ki maguknak.

Ez nem szül jó vért a fiatalokkal körülvett tipikus X-es vagy baby boomer főnökök vagy munkavállalók körében, hiszen ők annak idején tíz évet lehúztak, mielőtt ugyanannyi szabadságos naphoz jutottak volna, amennyivel a „fiatalok” most munkába állnak. „Semmit nem tett még le az asztalra, elvárásai bezzeg vannak, a mamlasz cégvezetés meg mindent teljesít, hát hol élünk?” – gondolják magukban, és meglehetősen frusztráltakká, nehezen motiválhatókká válnak ebben a helyzetben. Ahhoz, hogy a konfliktusokat feloldjuk, vissza kell kanyarodnunk oda, hogy miért olyanok az YZé generáció szülöttei, amilyenek. Ha ezt megértjük, jobb eséllyel leszünk képesek feloldani a munkahelyi generációs feszültségeket.

És hogy lettek ők ilyenek?

Az YZé nemzedék tagja már egyértelműen a digitális kor gyermeke. Hogy ez mit jelent, azt a legjobban talán a kidobós és a videójátékok közötti különbséggel írhatjuk le. Az előbbiben az ügyetlen – vagy csak éppen peches – játékos leül, és a következő játékig tétlenül nézi a többieket, egyszóval akár a meccs 90 százalékaiban is „hulla”. A számítógépes játékban ha meghalunk, két kattintással új életet nyerhetünk, a passzívan töltött idő tehát praktikusán nulla.

Az YZé korcsoport ez utóbbin nőtt fel, abban szocializálódott, hogy mindig van egy második (harmadik, negyedik, végtelen) lehetősége, azaz élete. Ezt az érzést tovább növelte az őket körülvevő gondoskodás és megkülönböztetett figyelem. Emlékszünk, mit írtam az X-esekről, akik otthon hagyták a lakáskulcsukat vagy az uzsonnájukat? Ugyan ki vitte volna utánuk, és egyáltalán honnan tudták volna meg a szüleik, hogy mi történt? Az YZé nemzedék szülötte ezzel szemben hazaszólt mobilon, mire anya vagy apa máris intézkedett, utánavitte a hiányzó kelléket, s még bocsánatot is kért tőle, amiért olyan figyelmetlen volt.

És ha mindez nem lenne elég, az YZé generációs ember a közösségi média teréből szerzi az információit, amely erőteljesen torzít: sokkal kedvezőbb képet fest a világról, mint amilyen az valójában. Akadnak persze felhasználók, akik a világfájdalmukat posztolják ki, a tipikus mégis az, hogy az ismerőseink jobbnál jobb helyeken szelfiznek, remek munkahelyük van, szépek, és sikereket érnek el. Se szeri, se száma tehát azoknak a változásoknak, amelyek oda vezettek, hogy az YZé nemzedékbe tartozók szerint a világ nem egy fenyegető, problémákkal terhelt közeg, hanem nagyszerű lehetőségek széles tárháza, ahol nekik mindig van esélyük egy jobb lehetőség választására.

Ugyanők viszont felnőtt vagy még csak kamasz fejjel végignézték a 2008-as gazdasági válság következményeit, és tanúi lehettek annak, hogy a szüleik lojalitása sehova sem vezetett, amikor beütött a krach. Látják, mennyit ért a tíz-húsz éves munkaviszony vagy a sokéves precíz kamattörlesztés akkor, amikor nehéz idők

jöttek. Semmit, mondják erre az YZé nemzedék tagjai, és ez az egész gondolkodásmódjukat meghatározza. A cégek leépítésbe kezdtek, a bankok pedig egyhamar követelésbehajtókhoz fordultak a kintlévőségeik beszedése érdekében. Ezt erősíti, hogy ma már pontosan ugyanezt papolják nekik a válság idején kitett szüleik is, amikor arra biztatják őket, hogy kérjék meg nyugodtan a munkájuk árát.

És ha mindez nem lenne elég, az YZé korcsoport tagjai igazi élményfüggő lények, akik folyamatosan új posztolnivalót keresnek, a munkahely viszont erre a lehető legritkább esetben nyújt megfelelő alkalmat. Az élményszerzés alapja a megújulás és a változás, vagyis e generáció képviselője eleve azzal a szándékkal érkezik egy új munkahelyre, hogy onnan rövid idő múlva továbblépjen. Felhasználói léte tehát munkahelyi összefüggésben azt jelenti, hogy rövid ott-tartózkodása alatt olyan új szkillek megszerzésére vágyik, amelyek birtokában ez a továbblépés sikeres lehet.

Ha le tudod írni a munkádat egy mondatban, akkor ne lepődj meg, ha a következő egy-három évben átveszi azt egy robot! (Forrás: Magyar Telekom, MOST Fórum)





5. AZ EVÉS ÉS A GENERÁCIÓK

A Z generáció tagjai már kisebb korukban megismerkedhettek az egészséges életmóddal, és ezeket a szokásokat könnyebben viszik tovább felnőtt éveikre is. Az egészséges étkezés mellett a megfelelő mennyiségű mozgásra is jobban ügyelnek, és a felmérések szerint mérsékeltebb mennyiségű alkoholt fogyasztanak, és kevesebbet dohányoznak, mint az idősebb generációk tagjai (az ő korukban).

Sok minden megváltozott az elmúlt húsz-harminc évben az evéssel és az ahhoz kapcsolódó szokásainkkal kapcsolatban, és ez bizony a családi ebédnél nehezen áthidalható generációs csapdákat eredményez. Amikor a nagyi megérkezik a zserbóval teli dobozokkal és az ipari mennyiségű rántott csirkével, akkor elég nehéz vele megértetni, hogy a Z-s kamaszaink óvakodnak a túlzott energiabeviteltől, lehetőleg kerülik a fehér lisztet és a cukrot, és sokan közülük elvből nem esznek húst.

De mi is változott meg körülöttünk? Egyfelől, mára sokkal többet tudunk az élelmiszerekről és azoknak az emberi szervezetre gyakorolt hatásáról, mint korábban. Ez nemcsak a Z-s kamaszokra, hanem az ifjú felnőttekre, valamint az egyre egészségtudatosabb X-esekre és még a baby boomerekre is igaz, akik a legtöbbször a saját családjukban jelentkező magas vércukorszint miatt kerülnek kapcsolatba ezzel a témával. Vagyis a változás egyik lába a nagyobb tudás.

A másik kétségtelenül az egészségtudatosság. A mai baby boomerek fiatalon gyakorlatilag egyáltalán nem találkoztak ezzel a témával (néhány állami kampánytól eltekintve), a táplálkozás egészségre gyakorolt hatása nem volt téma. Az első komoly ilyen tudatformáló esemény a koleszterin – akkor még egybemosták a többféle koleszterint – kiátkozása volt, valamikor a nyolcvanas évek végétől a kilencvenes évek végéig. Ennek vált áldozatává annak idején a vaj, amit később rehabilitált a tudomány, de emlékezzünk vissza: akkor a csapból is a margarin dicsőítése folyt.

A szüleiktől nem kapván mintákat, az X-esek fiatalon inkább a „két végén égetem a gyertyát” bulizós, evős-ivós, dohányzós világába csöppentek, ahonnan leginkább az utóbbi tizenöt évben másznak ki, jelentős erőfeszítéseket téve mindenféle leszokásokra, lefogyásokra és testmozgásokra. Olybá tűnik, hogy ennek a munkában alaposan megedződött generációnak a szemében gyors ütemben felértékelődött a szép, tartalmas és hosszú időskor megélésének lehetősége. Az egészséghez kapcsolódó nagyobb tudás, a felhalmozott vagyon, és nem kis mértékben a végiggürizett aktív életkor utáni pihenés lehetősége új perspektívákat nyitott meg.

Ehhez az is hozzátartozik, hogy ők maguk sem húszévesen alapítottak családot, mint a szüleik, hanem sokkal inkább a húszas éveik végén, a harmincasok elején–közepén. Az Y-os és Z-s fiatalok pedig még náluk is később fognak. Ez a tény aztán elülteti a szülők fejében a gondolatot, hogy ha valaha az életben unokákat akarnak pesztrálni, akkor

nem elég megérni az ötvenet, de jó karban kell lenni még bőven hatvan felett is.

Ez pedig elég erős motiváció.

Az Y és a Z generáció cseperedése egyértelműen az egészségtudatossági kampányok idejére tehető, amelyekből már nem csupán egy-két állami akadt

elvétve, hanem a teljes gyógyszer-, élelmiszer- és kozmetikai ipar, valamint a kereskedelem is kivette a részét ezek finanszírozásából. Nemritkán egymásnak is ellentmondó pozitív, de egységesen nagyon hangsúlyos negatív üzenetekkel megspékelve. Ha nem ezt eszed, iszod, kened, szeded... bajban leszel. Lényegében így foglalható össze egy mai kampány, és ez nyilván nem marad hatástalan.

Ugyancsak a táplálkozási szokások megváltozása felé mutat a közösségi média megjelenése és vele a szépségideálok átalakulása. A közösségi médiáról szóló fejezetben már ismertettem, hogyan jutott el az emberiség „A férfiember legyen egy fokkal szebb az ördögnél!” felfogástól a női és a férfiszépség összerosódásáig. Itt most legyen elég annyi, hogy az Y és a Z generációs fiatalok kultikus jelentőséget tulajdonítanak a jó kinézetnek, és ehhez bizonyos táplálkozási alapszabályok követése is hozzátartozik. A fehér kenyér, de általában a szénhidrátok, illetve a cukor kerülése olyan alapszabály az életükben, amely átalakította az élelmiszeripart is.

Ki emlékszik még arra, hogy húsz-harminc évvel ezelőtt cukroztuk az epret? A fiatalabbak kedvéért írom le, hogy ez úgy ment, hogy az egyébként remek epret megpucolva bögrébe vagy kisebb tálkába rakták a szüleink, alaposan meghintették kristálycukorral, mi meg nekiestünk kiskanállal szabdalni az gyümölcsöt, hogy a cukor felszívja a levét, és végül bekanalaztuk az egészet. Így kaptuk az epret a szüleinktől, de valamiért már nem így adjuk a gyerekeinknek.

Mindehhez társul az utóbbi időben a környezettudatosság, amely ma még csak a legfiatalabb generációk étkezési szokásait alakítja át, de szép lassan átsugárzik majd az idősebbekre is, hiszen a gyerekeinken keresztül óhatatlanul kapcsolatba kerülünk ezzel a szempontrendszerrel. „Mihez kell több víz: egy fej salátához vagy 1 kiló csirkéhez?” típusú kérdésfelvetésekkel van tele a net, és emiatt egyre többen mondanak le például a hús élvezetéről.

Ez az idősebbeknek nem fog könnyen menni, az X-esek és baby boomerek a Kádár-rendszer alacsony életszínvonalából kitörve előszeretettel vetették rá magukat a húsrá (a veteránok nem, mert az ő pénztárcájuk ezt kevés kivétellel akkor sem engedte meg, amikor a rendszerváltás után az ő kárukra fordult a világ, aztán pedig az alacsony nyugdíjuk akadályozta őket ebben); az ő gyerekkorukban nem volt mindennap hús az asztalon.

Szombaton például leginkább palacsinta volt

(egész lépcsőházakat járt át az olajszag), és hozzá házi lekvár is a kertből, amely mára visszasüllyedt (vagy kiemelkedett) a gasztromániások világába.

Mindezek a tényezők oda vezetnek, hogy egy sokgenerációs vasárnapi ebéd (pláne egy karácsonyi vacsora) ma valóságos káosz. A nagyinak és nagypapának egyetlen álma van, legyen leves, egy száraz és egy szaftos főétel (előbbi ugye a rántott hús, utóbbi a pörkölt–tokány–paprikás háromszögből kerüljön ki, plusz a galuska, és tepsis krumplice), valamint süti a végére. Az X-es leginkább a pokolba kívánja az egészet: vagy gasztroőrült, aki jó alapanyagokból anyait-apait beleadva süt-főz, de közben retteg, hogy nem lesz elég jó. Vagy az „úgysem lehet mindenkinek megfelelni” elve alapján inkább étterembe menne, ám azt nem lehet,

mert a nagypapa demonstratív a legolcsóbb ételt választja az étlapról,

és ezt nem lehet idegileg kibírni.

Az Y-osok próbálnak mindenből csippenteni egy kicsit, és a rántott hús tűnik a legjobb kompromisszumnak – csak ne akarnák rávenni őket folyton, hogy vegyenek

hozzá a lesütött krumpliból is. Ők inkább salátát szeretnének egymagában, de nagyié mindig ecetes.

A Z-s nem bíbelődik az udvariassággal, ő megmondja, hogy mit akar, és mit nem. Ő olyat nem eszik, és kész, sőt szerinté másnak sem kellene, mert nem egészséges, és különben is, vigyázni kell a formánkra. Ettől viszont a nagyi van kiakadva, mert szerinté fogyókúra ide vagy oda, kéthetente egyszer, náluk azért jól lehetne lakni, és különben is, ők is ezen nőttek fel, aztán tessék, ma is fel bírja vinni a cekkert a harmadikra.

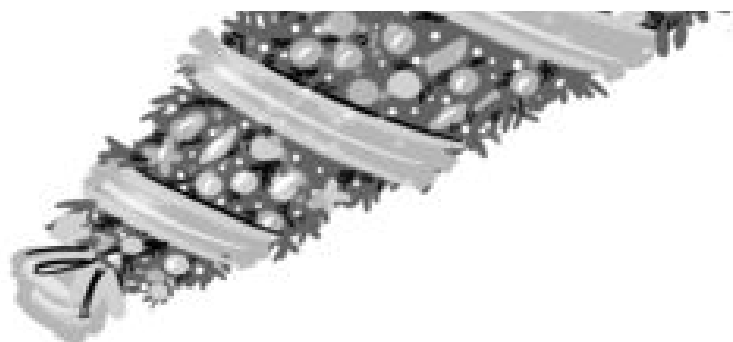
Különösen érzékeny a terep, amikor a közös étkezés valamilyen hagyománnyal van megspékelve, mint a karácsony vagy a húsvét. A halászlé – rántott hal – töltött káposzta tengelyről már a pulyka felé is veszedelmes letérni, pedig a gyerekek szusit vagy hamburgert szeretnének. De az sem baj, ha hozatni kell őket: „Miért kell nektek itt egész nap gürizni, főzni, vásárolni, mikor el is lehet menni valahova, aztán majd karácsonyozunk ott, és megosztjuk a wellnessről a fotókat az Instán?”

Az ilyen és ehhez hasonló szituációkban kizárólag az önismeret, a másik generáció jegyeivel kapcsolatos tudás és a másság elfogadása segít. Ha tényleg el akarunk utazni karácsonykor, akkor a nagyit nem pihenni kell meghívni, hanem meg kell kérni, hogy jöjjön vigyázni a gyerekekre, mert mi elmennénk valamikor kettesben egy kicsit. A nagypapa és a nagymama nem szeretnek vendégeskedni, ők a feladatot szeretik, és ezt akkor sem szabad elvenni tőlük, ha a főzést már kicsavartuk a kezükből. A gyerekek inkább élményt adjunk, mint a legújabb társasjátékot, a kajában pedig legyünk nyitottak, amennyire lehet, tartsuk tiszteletben a mániájukat.

És velünk, szülőkkel, X-esekkel és Y-osokkal, mi lesz? Nos, mi igyekezzünk levetkőzni a maximalizmusunkat. Egy csomó dolognak nem kell még karácsonykor sem tökéletesnek lennie, az is szuper, ha „csak” elég jó. Ügyeljünk rá, hogy a magunkkal szemben támasztott követelmények ne nyomják rá a bélyegüket a családi együttlésre. Ha mi magunk is élményekre vágyunk, ne habozzunk megteremteni magunknak ennek a feltételeit. Lehet, hogy a nagyi és a nagypapi is elégedettebb lesz, ha nem szenteste kell jönniük, csak két napra rá, amikor mi elmennénk egy jó koncertre a barátainkkal...

Az új generáció már nem szeret gyorséttermekben ücsörögni. A sok új étkezési lehetőségnek köszönhetően – ilyen például a street food – nem is kell nekik. Rengeteg olyan cég jelent meg, amelyek kifejezetten őket célozzák meg, és éppen ezért a hagyományos, régi étteremláncok a tinik számára érdektelenek. A házhoz szállítás mellett sok fiatal választja a főzést, mert ez még mindig a legolcsóbb és gyakran a legegészségesebb megoldás. Emellett több olyan startup is megjelent, amelyek személyre szabható napi étkezést kínálnak ügyfeleiknek. (Forrás: origo.hu)





6. GENERÁCIÓS KARÁCSONY

A karácsony tele van generációs csapdákkal. A hétköznapi életben nagyon ritka jelenség, hogy annyi generáció tartózkodik egy fedél alatt, mint éppen karácsonykor. De vajon megértik-e egymást? Mit akar a nagypapa, és mit az unoka, hogyan képzei el a karácsonyt apa, és miért nem ül az asztalnál a kiskamasz?

Ugyan az egész előző fejezetet az étkezésnek szenteltem, kár lenne tagadni, hogy az ünnep legtöbb konfliktusra okot adó része éppen ez. Ha a nagymamán és a nagypapán múlik, akkor halászevet, töltött káposztát és még rengeteg fogást rakunk az asztalra, de mindegy is, mit, csak sok dolog legyen vele, mert az öregek gondolkodása reménytelenül feladatorientált, így hát igen, ekként élük meg a karácsonyt is. Ki ne ismerné a nagyit, aki akkor sem ül le az asztalhoz, amikor már mindenki eszik? Ne zsörtöljünk vele! Az ő szeretetnyelve az etetés, ami most ráadásul végre feladatként is jelentkezik,

gondoljunk arra, hogy most van elemében!

Ha középgenerációs X-esek döntenek a menüről, akkor képbe kerülhet a pulyka, és az is lehet, hogy a bejglit nem ők sütik, hanem megrendelik egy nagymamapótló kézművesműhelyből. Drága mama, nem kell ezen kiakadni, az X-esek őrlődnek a hagyományok és az újdonságok, nagypapák és unokák között, de egész életükben ezt csinálták. Ők azok, akiknek valamiért folyton váltaniuk kell. Kulccsal a nyakukban nőttek fel egy ostoba rendszerben, aztán ott álltak egy új rendszer kapujában, tele lehetőséggel, de nagyon kevés követhető mintával. Feltalálták nekik az internetet, ám az a fejükre nőtt, és most csak kapkodják a fejüket, hogy már megint mi az az új alkalmazás, amelyikkel a gyerek üzent az iskolából. Az állandó útkeresés az X-esek meghatározó generációs jegyvé emelte a bizonytalanságot, és azt is, amivel erre reagáltak, a maximalizmust. Nekik nem felel meg akármilyen bejgli, és rosszul vannak, ha nem sül át a hal, vagy nem örül mindenki az ajándéknak. Ettől aztán feszültek – ne tegyük rá még egy lapáttal!

Ha az Y-osokat kérdezzük, mindegy, mi lesz a kaja, felőlük lehet vietnámi is, csak ne nekik kelljen elkészíteniük, sőt, lehetőleg senki ne dolgozzon ételekkel karácsonykor, az azért zavarná a lelkiismeretüket, és különben is, milyen ünnep lenne az, hozza inkább valaki házhoz a kaját. Ja és a halászlé – hacsak nem bográcsban készül – meg a töltött káposzta nehezen fotózható, és egyáltalán nem mutat jól a „Fészen”, legyen inkább valami más! Hagyjuk őket, hadd osszák meg az ünnepek örömét az ismerőseikkel is, mert nekik nem mi vagyunk az igazodási pont, hanem a lájk.

A Z-sek – bár ők sem szeretnék azt nézni, hogy valaki karácsonykor a konyhában tölti az ideje nagy részét – mégiscsak megszavaznák, hogy a rántott csirke a nagymamáé legyen, mert az a legjobb. Azonban egy fél combnál többet biztos nem ennének abból sem, mert olajban sült, tele van szénhidráttal. Nekik viszont holnap is jól kell kinézniük, ezért célszerű tőlük távolabb ültetni a nagymamát, aki személyes sértésként éli meg, ha az unoka nem eszi meg a „csak neki” készített csirkét.

Nem kell mindenáron rendet vágni ebben a generációs dzsungelben. Pont elég, ha nem mordulunk rá a gyerekekre vagy az unokára, amikor felugrál az asztaltól, mert ha dühösekké leszünk, azzal az ünnep hangulatát ugyan leromboljuk, de az unoka nem jön vissza csendben üldögni közénk. Inkább dobjunk össze egy jó salátát,

csináljunk velük közösen néhány vicces szelfit, és élvezzük azokat a perceket, amelyeket két chatelés között nekünk szentelnek!

Ha felkészültünk az evésre, nézzünk szét az ajándékok háza táján! Egyre nagyobb divat

élményt adni karácsonyra.

A magyarázat viszonylag egyszerű: a funkcionális ajándékok a zoknitól a háztartási eszközökön át kimentek a divatból, mert mindenki megveszi magának, ami kell. Az ágynemű vagy a tévé, amely régen a hozomány része volt, most beszerezhető az IKEA-ban, vagy ha ott nem, akkor a Jófogáson, esetleg a turiban.

Szépséget ajándékozni is kockázatos egy olyan korban, amikor a lakásbelső legfőbb értéke a letisztultság, az egyneműség és a tárgyak hiánya. Ami régen dísz volt, az ma porfogónak minősül. És különben is, hogy fog illeszkedni az, amit adok, annak az elképzeléseibe, aki kapja? Ha illeszkedik, miért nincs még neki ilyesmije?

Már önmagában a funkcionális és a szép ajándékok eltűnése is generációs jelenség, de az élményajándékozásnak van egy sajátos alfaja, amelyben a generációs jegyek még jobban tetten érhetők, és ez

saját magunk adományozása.

Amikor a fiatalabb X-es és Y-os fiúk, lányok, párok és családok közös programot, színházat, wellnesshétvégét, kiállítást ajándékoznak az idősebbeknek úgy, hogy azon maguk is részt vesznek, akkor voltaképpen nem történik más, mint hogy saját magukat, a velük töltött órákat adják ajándékba a felmenőknek.

Ebben a gesztusban a konfliktuskerülő X-esek minden őrlődése benne van: nem tudtak ellenállni az élménykereső és haszonelvű fiatalok nyomásának, és ki tudja, tán az „öregeknek” is jót tesz egy kis kiruccanás. Hát nem. A baby boomerek nem szeretik csak úgy áztatni magukat karácsonykor; ha elmegyünk valahova, ők ott is dolgozni fognak. „Majd mi vigyázunk a gyerekekre, ti csak menjetek szórakozni, kislányom!” – nagyjából ez a maximum, amit ki lehet hozni a helyzetből, de talán nem ezt akartuk (vagy lehet, hogy igen?). Mielőtt tehát magad és a szeretteid szabadidejét adnád ajándékba a felmenőknek, gondolkodj el azon, hogy ők minek örülnek igazán! Nem kell ebből mindent elfogadni, de biztosíts lehetőséget arra, hogy úgy is ünnepelhessenek, ahogy nekik jó!

Ugyancsak tipikus karácsonyi ajándék a társasjáték, mi is minden évben ilyenkor írjuk meg a társastoplistákat, és nem véletlenül. Ám amikor az ember lomtalanításkor a tizedik társasjátékot dobja ki, hogy aztán a még hiánytalannak mutatózó húszt becsomagolja a MikulásGyárnak, az öt bontatlan pedig feldobja a Jófogásra, akkor óhatatlanul adódik a kérdés, mit rontottunk el, hogy

ezekkel a játékokkal egynél többször soha nem játszott a család.

Nos, a válasz elég egyszerű, a bennünk élő társasjátékos a múlté. Pont úgy a múlté, mint a bukósisak nélküli sízés, az udvari indiánosozás, az egyedül iskolába és edzésre járás, vagy az utcán lógás. Ha X-es vagy, és nőnek fel a gyerekeid, pontosan tudhatod, hogy a gyerekkorodból gyakorlatilag semmit nem tudsz megmutatni a csemetéidnek. Hol van a bicska, a csúzli, a gágyé, a tikitaki, hol vannak a verekedések, az ugrálókötél és az ugrálógumi gatyamadzagból?

Mindezek sehol sincsenek, és ennek a karácsonykor a gyerekeknek ajándékozott társasjáték a legjobb megtestesítője. Ebben keressük az elveszett és át nem adható gyerekkort, ezzel fejezzük ki azt a reményünket, hogy el tudjuk csábítani a gyereket a gép elől, le tud még ülni a család a nagy asztalhoz, és tudunk együtt lenni úgy, ahogy az a mi emlékeinkben él. Fájdalom, ez a fajta együttlét javarészt a múlté, és

vele együtt a múlté a társasjáték is.

Az alfák és a Z-k már egy másik világ szülöttei, és rossz úton járunk, ha nem tanuljuk meg ezt elfogadni. Ha nem hisszük el, hogy a Minecraft kockái között shotgunnal mászkálni a virtuális térben pont ugyanakkora adrenalinlöketet jár, mint amekkora bennünk áradt szét kicsi korunkban bújócskázás közben, akkor a gyerek egész világát tagadjuk meg a saját generációs beszűkültségünk miatt. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy ami a gyerekeinkkel történik, az jó. Arról van szó csupán, hogy a világuk megtagadása nem célravezető. Sokkal inkább a megértésére kell törekednünk, és akkor talán a karácsony is békésebb lesz majd.

Na de hol karácsonyozunk? Talán ezzel kellett volna kezdeni, hiszen ma már egyáltalán nem triviális, hogy otthon. Olyannyira nem, hogy lényegében minden kutatás szerint karácsonykor telt ház van az összes magyarországi hotelben, panzióban, vendégházban. Valóban, magunk is tapasztaljuk, hogy a környezetünk óvodás vagy iskoláskorú gyereket nevelő tagjai közül mind többen ugranak ki a hagyományos otthon karácsonyozás keretei közül, és utaznak el valahova. Ezzel párhuzamosan egyre több szórakozóhely tart nyitva karácsonykor, mind többen mennek ilyenkor is barátokkal, ismerősökkel találkozni kocsmákba vagy koncertekre. Sokszor nem a családi ünnep helyett, hanem utána.

Az idősebb baby boomerek és a náluk is korosabb veteránok számára mindez természetesen felfoghatatlan. Hogyan lehetséges, hogy X-es gyermekünk a fektetés után elmenne itthonról, Y-os vagy Z-s unokánk pedig szíve szerint meg sem várná a vacsorát, itt fészkelődik már a gyertyagyújtás óta?

Apropó, kinek van még valódi karácsonyfagyertyája?

Nos, nem arról van szó, hogy „nem tudják már jó dolgukban, mit csináljanak”, hanem sokkal inkább arról, hogy ezek a generációk kinek akarnak megfelelni.

Egy 2018-as kutatásban (orszagospanel.hu) a résztvevők több mint fele (54,6 százalék) nyilatkozott úgy, hogy számára fontosak az ünnepi hagyományok – az ajándékozás, az ünnepi menü, a karácsonyfa díszítése és az adventi időszakhoz kapcsolódó tevékenységek.

Ez egyben azt is jelenti, hogy a válaszadók másik fele (45,4 százalék) számára mindez nem fontos.

A mostani nagyszülők generációja számára kiskorukban gyorsan egyértelművé tették, hogy hol lakik az Úristen, kikre kell felnézni, ki a tudás letéteményese. (A fiatalabbak kedvéért: hát az idősebbek!) Csakhogy ez már az X-eseknek sem volt teljesen egyértelmű, az Y-osok és a Z-sek pedig egészen mást gondolnak erről. A kulcsos gyerekként felnőtt X-esek javíthatatlan összejárók, és bár tisztelik a hagyományt, most jutottak el odáig, hogy ráeszméltek, mások azt teszik, amire ők egész életükben vágytak: nyugodtan karácsonyoznak anélkül, hogy nekik kellene mindenkinek megfelelniük.

Az Y-osok is elvágódnak otthonról, mert bár társadalmi kapcsolataikat sokkal inkább a neten, semmint kocsmákban vagy házibulikban építgetik, számukra az élménykeresés azt diktálja, hogy ne maradjanak le semmiről. Ha lehet síelni is karácsonykor, akkor síeljük – mégiscsak izgalmasabb, mint otthon lenni.

A kamasz vagy a kamaszkorból éppen kinőtt Z-sek számára a hagyomány és bármiféle lojalitás megkötöttséget jelent csupán, amellyel szemben ők mindig arra tartanak, amerre a következő pillanatban jobban érezhetik magukat. Ha ez egy wellness-szálló, akkor arra, ha az ünnepi vacsora után egy koncert, akkor arra.

Nem annyira lázadás ez a részükről, mint inkább generációs kényszer, amelyben idősebbek és fiatalabbak is akkor járnak jól, ha megértik és elfogadják egymás szempontrendszerét. Ha a fiatalok elmennek, hát elmennek. Baby boomerként gondoljunk inkább arra, hogy majd 27-én és 28-án itthon lesznek megint, és kedvükre etethetjük őket meg az unokákat.





7. X-ESEKNEK – A NŐ, HA TEPER: MIÉRT TEPER?

Mert mi göthösen is elindulunk reggel. Határidő, ügyfél nem várhat, értekezlet nem halasztható, meg is állna az élet, ha otthon maradnánk pár napot, ugye?! És panaszkodni is utálunk, minket nem kell sajnálni! Mi bírjuk a strapát, és büszkélkedünk is ezzel folyton, egészen addig, amíg kidőlünk. És akkor végre otthon maradunk pár napot – home office-ban. Azaz dolgozunk ugyanúgy, csak nem az irodában, hanem odahaza. Lázasan is. Meg amikor szabin vagyunk. (Az e-mailekre azért akkor is rá kell nézni. A kollégáknak azért akkor is válaszolni kell, az ügyeken rajta tartjuk a szemünket a balatoni nyaralásunk alatt is, mert ezt várjuk el magunktól.) (Forrás: wmn.hu)

Miért bánnak ilyen mostohán magukkal a negyvenes nők? Miért ennyire szigorúak önmagukkal? Ez a fejezet célzottan nektek, X-eseknek szól.

Most már tudjuk, hogy e korosztály egyik legmeghatározóbb attitűdje, hogy reménytelenül bizonytalanok és maximalisták egyszerre. Hogy miért?

Ha X-es vagy, szinte biztos, hogy jártál bölcsibe és oviba is, egyedül mentél az iskolába és edzésre, és sulis után az üres lakásba érkeztél haza, ahol az asztalon cetli várt a teendőddel és a melegítendő kajád hűtőben elfoglalt pozíciójával. Röviden: kulcsos gyerek voltál.

A szüleid jó eséllyel mindketten dolgoztak, apádnak mellékállása is volt, ezért korán „levásztottak”, és úgy cseperedtél fel, hogy egy csomó kérdésre nem a szüleidtől, hanem a haverjaidtól kaptad meg a választ. Olyanok is voltak azok a válaszok. Emlékezz vissza, mennyi sületlenséget gondoltál a világról mindezek miatt, leginkább persze a szexet illetően!

Mindebből származik az eredendő bizonytalanság, amely a generációt jellemzi. De nem volt ez rossz iskola. Például: mivel sok szempontból „túlélőgéppé” váltál, feltalálod magad a nehéz helyzetekben, könnyen beilleszkedsz, sok barátod van, és örök emlékeid. Izgalmas vagy, csak nem feltétlenül tudsz róla.

Az eredendő bizonytalanságot tovább erősítette benned, hogy a rendszerváltás után léptél a munkaerőpiacra, egy olyan közegben, amelyben nagyon gyorsan lehetett előrejutni – igen, még a nőknek is –, mert a tudásod, az alkalmazkodóképességed és a teherbírásod olyan munkaerőpiaci mixet jelentettek, amelynek a bejövő multik és az éledező magyar gazdaság nem tudott ellenállni.

Csakhogyan nem voltak minták.

Ezt a férfiak is megszenvedték, mert a fiatal vezető éppúgy ismeretlen fogalom volt korábban, mint a karrierben gondolkodó nő. Megint az ismeretlenben kellett lavírozni, összeegyeztetni a munkát és a családot, vagy várni a gyerekvállalással, miközben egyre hangosabbak voltak a szingliséget mint negatív mintát emlegető hangok. És persze a nagyfi is megkérdezte minden vasárnapi ebédnél, hogy: „Mikor kötsz már ki, kicsim, végre egy jóra való fiú mellett?”

Aztán jött az áldott állapot, és vele az örök bizonytalanság, hogy jó anya leszel-e/vagy-e. Megkíméled-e a sérülésektől, megtettél-e mindent, hogy megfelelő iskolába kerüljön, jó helyen van-e ott, ahol van? Ha igen, akkor miért kutyúzik folyton-folyvást az istenadta, miért nincsenek barátai, miért chatel vagy játszik a telefonján egész nap?

Így megy ez. A család és a gyereknevelés maga a bizonytalanság, mert nincs mellé zsinórmérték, és úgy érzed, leghamarabb tíz-húsz év múlva derül ki, milyen teljesítményt nyújtottál, ha majd befejezte az egyetemét, jó állása és kedves párja

lesz az utódodnak.

Már megint az a fránya bizonytalanság. Hurcolod magaddal gyerekkorod óta, hát persze hogy munkál benned a bizonyítási kényszer, ez tett téged minden tekintetben maximalistává.

Ha nem tudod, mit várnak el tőled, ellenben ott dolgozik benned a bizonyítási vágy, akkor az egyetlen járható út a maximalizmus. Ha mindent megteszel, és mindent jól csinálsz, az a tuti.

Ezért hordod a gyereket az iskolába, ezért óvod a széltől is, és ezért viszed utána a szendvicset, ha nem rakta el reggel. Mert neked mindent jól kell csinálnod.

Míg a családban nincs biztos visszajelzés arról, hogy tényleg helyesen tettünk-e mindent, addig a munkában többé-kevésbé mérhető a teljesítmény. Kapod a fizetésed, a főnököd – hacsak nem egy vaddisznó – mond egypár jó szót, amikor sikerült valami, az ügyfeleid pedig elégedettek, érezhetően szeretnek. Aki „beleragadt” ebbe a tisztán X-es attitűdbe, azért ragaszkodik a munkához, mert ott van esélye rá, hogy megkapja az azonnali bizonyosságot, amit a maximalizmusa megkíván – úgy érzi, itt legyőzheti a bizonytalanságot.

Ez azonban tévedés.

A munkahelyi siker nem fogja megszüntetni a benned lakozó bizonytalanságot! Újabb kihívást keresel és találsz, s újra nekirugaszkodsz a bizonyításnak. Ahhoz, hogy ebből az ördögi körből szabadulj, ki kell törnöd magából a bizonytalanságból. El kell hinned, hogy jól csinálod a dolgokat, „elég jól” neveled a gyereked, ahogy Vekerdy Tamás mondaná, és „elég jó” vagy az élet minden területén. Fel kell ismerned magadban a bizonytalanságot, kinevetni a saját bizonyítási kényszeredet, fittyet hányni a lehetetlen elvárásokra.

És ki kell mondanod a környezetekben is, hogy eddig volt úgy, ahogy volt, mostantól nem akarsz minden téren bizonyítani, csak „elég jó” akarsz lenni. Ez nehéz, de

tekintsd a következő kihívásnak, akkor menni fog!

Persze az X generációs férfiak pontosan ugyanúgy nőttek fel, ahogy nőtársaik: bennü(n)k van az eredendő bizonytalanság és az ezt kompenzáló maximalizmus is. Idegesít, hogy mindig a legdrágább kütyü kell neki? Nos, őt ugyanaz a bizonyítási kényszer hajtja, ami téged is. „Igen, ezt is elértem!” – gondolja, amikor megvette.

A szüleink nem bizonyítani akartak, egyszerűen csak feladatorientáltak. Azt mondja anyád, hogy akkor hívj, ha segíteni kell? Persze, mert ő nem bírja ki feladat nélkül, ezért nem is ül le az asztalhoz, amikor pedig mindent felpakolt rá, úgy kell neki rimánkodni, hogy egyen már egy falatot...





8. TANULÁS, TUDÁS ÉS TANÍTÁS A 21. SZÁZADBAN

SEO-szakértő, big data elemző, közösségi médiás marketinges – csupa olyan szakma, amelyet soha senki nem tanult az iskolában, még azok sem, akik művelik. Ők is valahol másutt szedték magukra ezt a tudást. Egyre több ilyen van, és igen jól lehet keresni velük, mégis: mintha nem tanulta volna senki őket. Őszintén szólva nem is tanulhatták, hiszen ezek a foglalkozások tíz-tizenöt évvel ezelőtt egyszerűen nem léteztek.

A lexikális tudás a múlté, harsogja manapság szinte mindenki. Alighanem igazuk is van. Részben. Állandóan ismétlem, de attól még úgy van: a világ összes tudása a zsebünkben lapul. Bármikor előhívhatjuk, elolvashatjuk, sőt jó eséllyel YouTube-videót is találunk róla.

De akkor mit tanítsunk a gyerekeinknek ahhoz, hogy sikeresek legyenek? – vetődik fel a kérdés, melyet szerintem nemcsak a mit, de a hogyan oldaláról is érdemes egy kicsit átgondolni.

A helyzet az, hogy a technológia olyan ütemben változtatja meg a világot, hogy azzal a közoktatás nem tarthatja a lépést. A ma a köznevelésben tanuló gyerekek mindegyike a 21. században született, és

egyetlen évet sem élt olyan korban, amikor ne lett volna Google.

Ezzel ellentétben mindenki, aki tanítja őket – ideértve az összes pedagógust, de anyát és apát is –, a múlt évezredben jött világra, akkor járt iskolába, és akkor képzelte el a jövőt. Ők nagy valószínűséggel könyvtáraztak, amikor a beadandóhoz meg kellett szerezni valamilyen információt, de legalábbis kíváncsisággal lapozták fel Révai nagy lexikonát.

Ez természetesen önmagában nem baj. Az már inkább, ha ugyanezt várjuk el a mostani fiataloktól is. Hisz mint minden generációs jegy vagy beidegződés, ez is okozhat feszültséget. Ha a mai gyerekekkel szemben ilyen elvárásokat támasztunk, és olyan értékeket állítunk eléjük célként, amelyekkel nem tudnak azonosulni, akkor bizony ne csodálkozzunk, ha ellenállásba ütközünk.

Tipikus példaként szokták említeni az oktatással foglalkozók (és nem foglalkozók) a lexikális tudást mint felesleges értéket.

Minek megtanulni történelemből az évszámokat, irodalomból a nagy művek keletkezésének helyét és idejét, a szerzők születési dátumát és életrajzát vagy a kénsav kémiai képletét, ha mindez pillanatok alatt előhívható a telefonunkból? – kérdezik sokan.

Azt gondolom, hogy ez így túlzott leegyszerűsítés, és két okból sem állja meg a helyét.

A fontosabb az, hogy a történelem, az irodalom és általában a kultúra, a matematika, a fizika, a kémia és a biológia összefüggéseinek ismerete és megértése nélkülözhetetlen az egyén belső integritásának és komplex gondolkodásának kialakulásához.

Nem oly rég egy kávézóban a pincér képtelen volt megérteni, hogy ha a teámhöz adott termosz kívül forró, akkor az a termosz bizony rossz. Túl nagy a hőleadása ahhoz képest, hogy termosz. Az lenne a dolga, hogy bent tartsa a hőt, nekem meg sokáig legyen forró vizem. Elgondolkodom, hogy ez az ember hogyan fog szavazni a társasházi közgyűlésen, amikor az épület külső hőszigetelése lesz a téma... Vajon képes lesz-e végiggondolni azt, hogy a hőszigetelésen nemcsak a fűtésszámlája múlik, hanem az élhető jövője, sőt a mi

élhető jövőnk is?

De ugyanez a helyzet a humán tárgyakkal is. Az 1848–1849-es szabadságharc nem létezik a kor társadalmi, szellemi és kulturális irányzatai nélkül, ezek vezettek ugyanis oda, hogy adott történelmi pillanatban egész Európa forrongott.

Ehhez ismerni kell az illető korszakban született műveket, és meg kell érteni az összefüggéseket, amihez nagyjából mindent képesnek kell lennünk elhelyezni az időben. Ez szemléletformáló, tehát fontos ismeret. De azt nem kell hozzá tudni, hogy március 15-én 10:15-kor éppen mit csináltak Petőfiék, pedig ezt minden magyar gyerek tudja – egészen addig, amíg el nem felejt.

A lexikális tudás elvetése az én tapasztalataim szerint azért is téveszme,

mert butának látszani a mai Z generációs gyerekek között is ciki,

és még hosszú távon az is marad. Nem tudni, hol van New York, vagy milyen Sándor is írta az *Anyám tyúkját*, nos, ez ciki.

Na jó, de ha nem ezt, akkor mit tanítsunk a gyerekeinknek otthon és az iskolában, mikor gőzünk sincs arról, hogy mire lesz szükségük tíz, tizenöt vagy húsz év múlva, amikor pályakezdők lesznek?

Azt a fentiek fényében nyugodtan leszögezhetjük, hogy az alapokat – jól meghatározva azok körét – mindenképpen meg kell tanulni, és muszáj tanítani a jövőben is. De ez a megszokottnál jóval kisebb lexikális tudás követelésével (és nem mellesleg sokkal érdekesebben) is lehetséges.

Ettől még igaz marad, hogy a tanulásnak és a tudásnak az a formája, amely a ma tanuló gyerekek szüleinek és tanárainak ismerős és természetes, bizonyosan a múlté. Az is egészen nyilvánvaló, hogy olyasmire kellene tanítani a gyerekeinket, amit mi magunk sem tudunk, mivel fogalmunk sincs, mit hoz a jövő, akár húszéves időtávon sem (lásd a korábban felsorolt szakmákat).

A megoldás az lehet, ha azt tanítjuk meg nekik, ami segíti őket a későbbi folyamatos tanulásban. Azok az idők ugyanis elmúltak, amikor az ember elsajátított egy szakmát, és azzal leélte az életét.

Iszonyatos közhely, de attól még teljes mértékig igaz, és nem könnyű feladat:

Tanulni tanítsuk meg őket!

És ez azért nagyon nehéz, mert a többségünknek sejtelme sincs, miként kell. A többségünknek nem azt mutatták meg, *hogyan* kell tanulni, hanem megmondták, hogy *mit* kell megtanulni. Nagy különbség.

Nézzük tehát, melyek azok a készségek, amelyeket a kétségtelenül nélkülözhetetlen alaptudáson felül meg kell szereznie a gyerekeknek otthon és az iskolában!

Az első és legfontosabb: tudni kell keresni a neten. A keresők nem találják ki a gondolatainkat, bár kétségtelenül közel járnak ehhez. Éppen ezért fontos, hogy megtanítsuk a gyors és célirányos keresés módjait.

A tárolás és a mentés képessége is sokkal összetettebb, mint gondolnánk, gyakran mi magunk sem vagyunk túl jók ebben. A könyvtárból ismert cédulázás nem múlt el nyom nélkül az életünkből, online könyvtáraink jó felépítése, címkézése és szisztematikus karbantartása nemcsak akkor fontos, amikor tudományos munkát végzünk, hanem akkor is, amikor a családi képeket rendezzük.

Egész életünkben fontos lesz, hogy a megszerzett információt megfelelő módon továbbítani tudjuk mindazoknak, akiknek az érdekében megszereztük. Ez feltételezi a lényeg kiszűrésének képességét, és azt is, hogy az információt adott esetben képileg is megjelenítsük, netán animáljuk azok számára, akiknek szükségük lesz rá.

Az elemzés készsége nem pusztán azt takarja – bár kétségtelenül ez is egyre fontosabb része a tudásnak –, hogy forrásellenőrzésnek vetjük alá a neten talált információt, hanem azt is, hogy a ránk ömlő hihetetlen mennyiségű információban folyamatosan rendet tartunk, és csak azt tároljuk el magunkban vagy a gépünkön, ami releváns az életünkben megoldandó problémákkal kapcsolatban.

Minden hasznos, ami a gyors alkalmazkodóképességet fejleszti. Meggyőződésem, hogy valamennyi gyereknek tanulnia kellene

önismeretet,

hogy pontosan lássa a helyét és a szerepét a világban, bármilyen változást él is át.

Szülőként szerintem ez hihetetlenül fontos. De ahogy egy magyar jövőkutató mondta, érdemes hangsúlyt fektetni az oktatásban a kommunikációs készségekre, a logikus, strukturált, illetve kreatív és dizájn gondolkodásra. Na, ez is egy újabb terület, amelyről a szülők (és a pedagógusok) nagy része még nem is feltétlenül hallott...

Plusz persze legalább egy idegen nyelv tudása fontos, leginkább az angolé, hiszen azzal tényleg bárhol boldogulhatnak. Jó, mondjuk ki: ez nélkülözhetetlennek tűnik ma. Ahogy egy X-es idején már nem lehetett felválni azzal, hogy folyékonyan tudsz olvasni, ma nem lehet felválni azzal, hogy tudsz angolul. Ez az alap, amit a munkaerőpiac elvár.

A gyerekeinknek nagy szerencsájuk van, manapság egy csomó mindent lehet angolul nézni és hallgatni. A neten is előbb-utóbb belecsöppennek egy idegen nyelvű közegbe, sokkal könnyebben megy nekik a nyelvtanulás, és magasabb szintre fejleszthetik benne magukat, mint a szüleik. A kevésbé jó nyelvérzékűeknek meg ott vannak az appok, amelyek jóformán valós időben lefordítják az élőszót angolra, németre vagy akár mandarinra.

Persze, mondhatja bárki, hogy ezek a tudások mind az értelmiségi munkakörök kellékei, de szálljunk magunkba, és emlékezzünk, mennyire bosszantó, ha a nagy nehezen megtalált mester nem válaszol a leveleinkre, SMS-einkre, amikor meg végre elérjük, olyan szavakat és kifejezéseket használ, melyeket sosem hallottunk korábban. De ezeket a készségeket egy egyéni vállalkozó vagy egy CNC-esztergályos beosztott, sőt sokszor még egy gyári munkás sem nélkülözheti...

A másik kérdés, hogy miképpen tanítsuk a gyerekeinket.

Nos, a helyzet az, hogy a Z-sek élménykeresők, kudarc- és konfliktuskerülők, erősen vizuális típusok is egyben. Esetükben a frontális, poroszos típusú oktatás biztos kudarcra van ítélve.

Az, hogy áll a tanár az asztal és a tábla között, és elmond valamit, ami egyébként fent van a neten, de megénekelte egy számban a Bělga is (*Királyok a házban*), nos, ez nem lesz sikeres próbálkozás. A jövő sokkal inkább a digitális pedagógia.

Az idősebbek (régebb óta fiatalok...) emlékeznek, milyen volt felsőben a stencilezett vaktérképen városokat és folyókat bejelölni földrajzórán, aztán várni egy hetet, hogy a tanárnő kijavítsa. Ehhez képest

vaktérképeset játszani a neten sokkal menőbb,

a gép egy pillanat alatt válaszol, és azt is megmondja, hány órát kellene gyalog, bringával vagy vonattal utaznod ahhoz, hogy az általad megjelölt helyről az adott település tényleges helyére érj. Hát nem viccesebb?

Vajon mennyivel nagyobb élmény egy képernyőn megnézni az idegrendszer működését vagy a vér áramlását az emberi testben, mint képekre rajzolt nyilakból memorizálni ugyanezt? Ha még azt is hozzávesszük, hogy a számonkérés is

működhet ugyanebben a formában, sokkal inkább játékként, semmint témazáró dolgozatként, akkor máris megértjük, hogy a kudarcra érzékeny Z-sek miért szeretnék sokkal jobban ezt a módszert, mint a frontális, hosszú távú memóriára építő oktatást.

A hosszú távú memória tudással való feltöltése egyre inkább akadályokba ütközik, és ez már nem a „szeretem, nem szeretem” kérdéskörbe tartozik, hanem az agy működési szokásai szabnak neki gátat.

Hány telefonszámot tudunk ma fejből?

Jó esetben hármát-négyet, a magunkét meg talán a szűkebb családot, esetleg valaki másét a régi időkből. És hányat tudunk 1990-ben, a mobilok megjelenése előtti időben? Sokkal többet, egyszerűen azért, mert az eszköz, amelyet telefonálásra használtunk (igen, vezetékes telefon, a már emlegetett, kifejezetten erre a célra szolgáló bútor darabon, az úgynevezett telefonasztalon elhelyezve) nem volt alkalmas számok tárolására és tárcsázására, ezeket egy füzetbe írtuk fel kézzel. De mivel macerás volt fellapozni a füzetkét a megfelelő helyen, kényelmesebbnek bizonyult a fontosabb számokat megjegyezni, amit segített az is, hogy a számjegyeket egyenként pötyögtük be a nyomógombok vagy az elfordítható tárcsa segítségével.

Ám a hosszú távú memóriánk nemcsak azért romlik, mert lényegében soha nem is látunk telefonszámokat, csupán neveket a kijelzőn – vagy ha mégis, akkor az valami gyanús hívás lesz –, hanem azért is, mert a rövid távút viszont egyre jobban igénybe vesszük.

A közösségi médián és általában az interneten keresztül ugyanis elképesztő mennyiségű információ ér el bennünket, amelyeket valahogy fel kell dolgoznunk. Ez erősen igénybe veszi a rövid távú memóriáért felelős agyterületeket, ami a hosszú távú memória rovására megy.

Sokszor éri a mai tinédzsereket az a vád, hogy nem figyelnek és felületesek. Nos, az könnyen elképzelhető, hogy egy mai gyerek nem figyel egy olyan órán, amely már nekünk is tök unalmas volt. De abban biztos vagyok, hogy ezt sokkal többször vágják a fejükhöz, mint ahányszor valóban nem figyelnek. Tévedés azt hinni, hogy a Z-sek nem tudnak koncentrálni. Képesek rá, nagyon is, ha olyasmivel foglalkoznak, ami igazán leköti őket, élményt ad nekik, és amiről úgy érzik, hasznukra is válik. Amikor a Z-s tényleg nem figyel, akkor a fentiek közül egy vagy több feltétel nem teljesül, ilyenkor érdemes elgondolkodnunk azon, hogy képesek vagyunk-e olyan tudást átadni nekik, amely jobban leköti őket.

A Z-sek nagyon is szem előtt tartják a saját érdekeiket, és fel is ismerik őket. Rengeteg történetet hallok anyukáktól és apukáktól tizenhat-tizenhét évesen megtáltosodott gyerekekről, akik keményen tanulnak, hogy jó egyetemre kerülhessenek. Nem kell kétségbeesni, ha egy gyerek tizenkét-tizenhárom évesen nem nagyon szeret tanulni. Majd másként lesz akkor, amikor felismeri a saját jól felfogott érdekeit, és tenni akar azért, hogy valóra váltsa a céljait. Abban legyél partner, kedves szülő, hogy ezeket az érdekeket tisztázd vele abban a néhány évben, amíg van rá mód!

KÖSZÖNET

„Valahogy a ti generációtok olyan nehezen köszön meg dolgokat. A mi generációnknak pláne, de egymásnak sem nagyon...” – mondta nekem nem olyan régen egy tinédzser. Nem akartam elhinni neki. Igaza lehet?

Nem csak ezért, de én most megköszönök mindent.

Először is, köszönet neked, kedves Olvasó, hogy társam voltál a gondolkodásban, megértésben, múltidézésben és jelenfeltárásban. Még ha nem is osztjuk mindenben egymás véleményét, elkezdtünk együtt valamit, ami segíthet abban, hogy sokkal jobban megértsük egymást.

Külön köszönöm Máté Dánielnek (Dugónak), akivel évekig együtt dolgoztam a generációs különbségek értelmezése és megértése, leírása és megfogalmazása során, és ehhez a könyvhöz is mérhetetlen segítséget nyújtott. Köszí, Dugó!

Kiemelt köszönet jár barátomnak, Salamon Andrásnak az inspirációkért, az éveken át tartó ösztönzésért, hogy írjam meg a könyvem. Hát megtettem.

Barátsággal gondolok Csanádi Péterre, amiért az elmúlt években több-kevesebb sikerrel próbált engem az utamon tartani, és megértetni velem, hogy mit is akarok mondani. Elsők között olvastad a könyvem, és mondtad el róla a véleményed, ami nagyon sokat segített nekem.

Hálásan köszönöm a könyvhöz hozzátett javító célzatú segítséget, ösztönzést és támogatást Iglódi Csabának és Kassay Lilinek.

Köszönettel tartozom a kiadónak is, többek között Szabó Tibornak, Korentsy Mártának, valamint Helfrich Judit szerkesztőmnak.

Matyus Dórának köszönöm szépen a furfangosan beszélő grafikáit, amelyek élővé tették a könyvem.

Köszönöm szépen cégem, az Emocionális Marketing Kft. minden jelenlegi és volt munkatársának a segítségét, hogy a munka mellett is el tudtam mélyedni a gondolataimban. Külön köszönöm Kárai Anitának, hogy ehhez biztosította a hátteret. Köszönettel tartozom ügyfeleimnek, akik kutatták vagy épp anyagiakkal támogatták a végső célt, amely most ebben a kötetben öltött testet.

Ki szeretném emelni a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár, valamint más kisebb és nagyobb könyvtárak munkatársait, akiknek köszönhetően közel ötven előadásban tudtam az ország valamennyi megyei könyvtárában beszélgetni könyvtárosokkal, pedagógusokkal, szülőkkel és diákokkal: elmondhatatlanul hálás vagyok nektek. Remélem, e könyvvvel „lélekben” valamennyi könyvtárban ott tudok lenni veletek.

Köszönöm az elmúlt majd húsz év minden interjúalanyának, válaszadójának a részvételét, az őszinteségét, amellyel hozzájárultak a mai tudásomhoz, legyen az bármilyen mély vagy valós. Több tízezer ember tapasztalataiból gyűlt mindez össze.

Köszönöm minden barátomnak, szomszédomnak, munkatársamnak és egykori tanítványomnak, hogy támogattak és noszogattak az évek során, hogy írjam meg ezt a könyvet.

Utolsónak hagytam, de természetesen a legnagyobb köszönet családomat illeti: Pálmi, Luca, Ábel, Marika mama, Józsi papa, Éva mami, Matyi papi nemcsak a generációs különbségeiket villantják fel nap mint nap, hanem mindenki a maga módján segíti-segítette az életünket, és így e kötet elkészültét. Habár ezeken a lapokon a generációkat más fogalomként értelmeztük, az írónak szüksége van a saját többgenerációs háttérére: az apróságokra is odafigyelő feleségére, a remélhetőleg az apjukra büszke két csemetéjére. Hogy amikor hátradől, az ő

szeretetükből tudjon erőt meríteni. Hálásan és szeretettel köszönöm, Mankovács!





UTÓIRAT

Az én generációm úgy nőtt fel, hogy mindig volt mindenre megoldás. Hogy a világban ugyan volt fenyegetés, probléma, de az mindig megoldódott. Hogy a háborúról nagyapám mindig úgy mesélt, mint egy elképzelhetetlen korszak elképzelhetetlen világáról. Olyan, mint a filmekben, csak nem annyira látványos... Az én generációm (X, azaz a mostani negyvenesek, ötvenesek) egyik nagy „tragédiája”, hogy sikerre voltunk (vagyunk – jelen helyzetben még legalább utoljára: ugye vagyunk?!) ítélve. Hogy amióta létezünk, azóta a világ csak fejlődik, és fejlődik. Egyre látványosabb a jóllét (ne vitatkozzunk, az elmúlt évszázadokhoz képest jóllét van), hihetetlen mértékű a technikai-tudományos fejlődés. A stencilezőgép helyét átvette a fénymásoló, írásvetítő helyett projektor van. Az olvasónaplót kézzel írtuk, a gimnáziumi pályázatot már írógéppel. Az önéletrajzot pendrive-on adtuk be, ma pedig a felhőből töltöm le az online home office minden kincsét. És azt tanulom, hogyan kell a Zoomban online előadást tartani. Skype-on próbálkozom online tévéinterjút adni úgy, hogy ki sem kell mozdulnom az otthonomból.

De ez a miniatűr vírus kifog rajtunk. Nekünk azt ígérték, hogy ilyen már nem fordulhat elő. Hogy nem kezet mosni kell megtanulnunk a 21. században, hanem a Marsra fogunk repülni. Ez a mi generációnk világháborúja. Láthatatlan ellenséggel, amely leginkább a szüleinket–nagyzüleinket, másodsorban pedig minket támad. Nem látjuk, nem tudunk róla semmi biztosat – olyan, mint a partizánok voltak. A gyerekeink most legalább látszólag biztonságban vannak. Talán ezért nem uralkodott el még rajtunk a pánik. Elég megvédeni az „öregeket”, a munkahelyünket, a gazdaságot, a forintot, a... De még bízunk benne, hogy a front valójában nem ér el hozzánk. Hisz itt a tavasz, süt a nap, éled a természet. Az nem lehet, hogy ez az éledés párhuzamos az elmúlással! Az nem illeszthető össze a mi világunkkal. A napsütésben kimegyünk az utcára, szörnyülködünk az üres város láttán, de még nem hisszük el. Még mindig azzal hitegetjük magunkat, hogy ez nálunk nem fog megtörténni.

Hisz mi egy sikerre ítélt generáció vagyunk. Velünk ez nem! De mi van, ha mégis?! Nos, akkor az van, hogy fel kell ébresztenünk a bennünk élő maximalista, hős énünket. A mindenkiben ott lakozó Bruce Willist. Erre képes ez a generáció, ez a belső erőforrása. Magától is életre kel, de a bajban aktivizálódik, és összeadódik az ereje. Ne adja Isten, hogy szükség legyen rá, de ha úgy lesz, éllesszük fel magunkban Bruce-t! Együtt, egymásért. Mert mindenkiben benne van.

(Forrás: Steigervald Krisztián generációs oldala a Facebookon, a 2020. március 19-ei bejegyzés szerkesztett változata)

JEGYZETEK

1Természetesen az egyént, az ént még számtalan egyéb tényező befolyásolja: a társadalmin kívül genetikai és más mikroközösségi hatások is érik az embert (legfőképpen a család, az iskolatársak, a barátok, a hobbikörök, a munkahelyek, a baráti társaságok stb. részéről).

2Az otthonom ott van, ahol a telefonom automatikusan rácsatlakozik a netre.

TARTALOM

Előszó, avagy miért akartam megírni ezt a könyvet?

Bevezető

I. rész: „Érted haragszom, nem ellened!”

1. Na de mi is az a generációzás?

2. Életkori sajátosságok vs. generációs jegyek

3. Neked van kamrád?

4. Generációs korlátaink

II. rész: Hat generáció...

1. Generációs gyorstalpaló

2. „Amennyi lisztet felvesz...”

3. A helyettünk (is) emlékező generáció: a veteránok (1945 előtt születettek)

4. Az önzőnek titulált hős nemzedék: a baby boomerek (1946–1964 között születettek)

5. A sikerre ítélt generáció: az X-esek (1965–1979 között születettek)

6. A kettőszakadt nemzedék: az Y generáció (1980–1994 között születettek)

7. A (még) meg nem értett generáció: a Z-sek (1995–2009 között születettek)

8. Akik kitörtek a négy fal közül: az alfák (2010-től születettek)

III. rész: Milyen az élet hat generációval a 21. században?

1. Játékaink

2. Facebook, Messenger, TikTok, Snapchat... – A közösségi média

3. Influenster, az „új” ikon

4. Munkahelyi problémák

5. Az evés és a generációk

6. Generációs karácsony

7. X-eseknek – A nő, ha teper: miért teper?

8. Tanulás, tudás és tanítás a 21. században

Köszönet

Utóirat