

# Górcső alatt az Y-generáció

Mamahotelben csücsülő, elkényeztetett, internetfüggő állásszedelgők. Interjúnkban **Bereczki Enikőt**, ifjúsági és generációs szakértőt, a Pán Péter, Stop! blog alapító-szerkesztőjét kérdeztem az Y-okra ragasztott bélyegekről, valamint a korosztály munkaerőpiaci és családi viselkedéséről.

TACSI KORNÉLIA

## Mennyire állják meg a helyüket ezek a jelzők?

Az általánosításokkal vigyázni kell, mert nincsenek szintiszta típusok. Az emberek életmódja, családi, kulturális, technológiai, illetve gazdasági háttere befolyásolja, hogy mi jellemző rájuk. Továbbá ezek a koral és a családi szerepük változásával is átféremlődnak. A gyakori munkahelyváltás hátterében állhat az is, hogy ritkábban

## Generációk felosztása

X-generáció: 1960-1979  
Y-generáció: 1980-1995  
Z-generáció: 1996-2010  
Alfa-generáció: 2010-

ajánlanak fel nekik fizetésemelést, mint az elődeiknek. Kutatások azt igazolják, hogy fiatalon ők is rugalmasabbak voltak, és hasonlóan gyakran váltottak munkahelyet, ahogy az Y-ok is jóval nagyobb lojalitást tanúsítanak két gyerekkel és egy lakáshitellel a nyakukban. Az viszont tény, hogy az Y-generációt javarészt fejük felett repkedő, végletekig gondoskodó „helikopter-szülők” nevelték fel, ami hátráltatta a felnőtte válásukat. Ezzel hozható összefüggésbe a Pán Péter szindróma is, azaz, hogy a mai fiatalok igyekeznek minél később belekóstolni a felelősségvállalás magasabb szintjeibe, így például idősebben házasodnak, és vállalnak gyereket.



Fotó: Párkányi Tamás

## Melyek számukra a legfontosabb szempontok munkahelyválasztás során, és hogyan alkalmazkodnak ezekhez a munkáltató?

A fizetés mellett a munka és a magánélet harmóniája a legfontosabb. Szeretnének kiteljesedni a hivatásukban, valamint fontos számukra, hogy értéket közveítsenek a munkájukkal. Ehhez nagyban hozzájárul a neveltetésük, hiszen a szocializmus eszméjében, a kollektívizmusból felnőtt szülők arra tanították az Y-okat, hogy ők már bármit elérhetnek. Néha felröppennek olyan szalagcímek is, hogy nem akarnak behaladni a munkába. Ennek leginkább az az oka, hogy élménytársadalomban élünk, ahol a fogyasztók igényei élmények köré épülnek. Nem meglepő tehát, hogy a munkát is így akarják megélni. Ebből kifolyólag a dolgozók megszerzése és megtartása érdekében egyre fontosabb, hogy a munkáltatók élményt nyújtsanak. Ezt tükrözi a mai irodai környezet kialakítása is, ahova az otthonosság érdekében fitnesztermet és közösségi tereket is beépítenek.

A sokak által áhított, multinacionális cégeknél hirdett divatos pozíciók esetén ugyanakkor érzek némi kettősséget. Bár a felkínált munkabérek meglehetősen magasak, és általában minden igényt kielégítő a munkakörnyezet is, ezekhez a pozitív tényezőkhöz hatalmas munkaterhek társulnak, főleg a kezdeti időszakban. Az ilyen nagyvállalatoknál akár már az első két év után is fenyegethet a kiégés veszélye.

## Mik az erősségei és a gyengeségei ennek a nemzedéknek?

A digitális világban való jártasság és ennek könnyed, kreatív fiatalok tanítják az idősebbeket az eszközhasználatra és olyan ismeretekre, amikhez az internetnek hála gyorsabban hozzáférnek. Ez azonban konfliktusokat is eredményezhet. A rugalmasságot is kihangsúlyozzám, hiszen az Y-generáció tökéletesen tisztában van a folyamatos technológiai fejlődés hozadékával, vagyis azzal, hogy a hosszú távú sikerhez nem elég a korábban megszerzett tudás. Éppen ezért sokan folyamatosan képezik magukat.

Bár az internetfüggőség miatt azt feltételezhetnénk, hogy antiszociálisak, Magyarországon mégis erős közösségi igény figyelhető meg náluk. A startupokat is zömében Y-generációsok hozzák létre és működtetik sikeresen, melynek kulcsa az általuk képviselt kiváló csapatjátékos szellem. Ez pedig sem az idősebbekről, sem a fiatalabbakról nem mondható el.

Negatív tulajdonságok közé sorolható az internetfüggőség, valamint hogy az internethasználatnak köszönhetően az offline világ jóval rövidebb ideig tudja lekötni a figyelmüket, ez pedig problémákat szülhet az iskolapadban és a munkahelyen egyaránt. Úgy tartják, hogy ez a generáció képes egyszerre több helyre koncentrálni, ugyanakkor az ehhez társuló felület-

ség miatt egyre többeknek okoz nehézséget az elmélyülés.

## Milyen tulajdonságai vannak munkavállalóként a többi nemzedékkel összehasonlítva?

A felelősség iránti vágyukból fakadóan az idősebbek önzőnek és túl ambiciózusnak tartják ezt a korcsoportot. Elődeik úgy szocializálódtak, hogy a ranglétrán lassan haladva, a felesleges kiöregedéssel kerülhetnek magasabb pozícióba. Az Y-generáció nem ennyire türelmes, szeretne lehetőséget kapni a bizonyításra. További feszültséget okoz, hogy különbözőképpen definiálják a tekintélyt és a lojalitást. Az idősebbek jóval tekintélytisztelőbbek, a tiszteletet a szereppel azonosítják, míg egy Y ezt hajlamos megkérdőjelezni, és inkább teljesítmény alapján adja meg a tiszteletet.

Igénylik a rendszeres visszacsatolást a főnököktől, tanáraiktól. Ennek hiányában pedig elkedvetlenedhetnek és elbizonytalanodhatnak. Még a negatív kritika is jobban esik nekik annál, mintha válasz nélkül maradnak. Szeretik az egyértelmű feladatokat és a letisztított szerepköröket, mert ekkor tudják, mi várható.

## Mi a véleményed a közéleti aktivitásukról?

A kutatások szerint ez a nemzedék apolitikus. Ennek hátterében olyan mozzanatok állhatnak,

fogalmuk sincs arról, hogy mit hoz a jövő. Egy másik kutatás szerint az Y-generációra jellemzőek leginkább olyan öncélú tevékenységek, mint a sport, a szórakozás vagy tanfolyam végzése. Jellemzően csak alkalmasszerűen vesznek részt helyi kezdeményezésekben, közösségi tevékenységekben, hagyományörzésben, civil szerveződésekben. Több általam megkérdezett fiatal azt állította, hogy ez a magartartás nagymértékben a magyar oktatás számlájára írható, amely nem ösztönzi eléggé őket a körülöttük lévő világra való nyitottságra, és általánosan a közügyek iránti érdeklődésre. Saját tapasztalatom szerint társadalmi szerepvállalás kapcsán nem minden tekintetben maradnak el a többi generációtól, például sokan a környezetvédelmi kérdésekben jóval aktívabbak.

## Hogyan birkózik meg a szülői feladatokkal ez a réteg?

Ez a nemzedék szakítani akar az otthonról hozott mintával, belőlük válhatnak az úgynevezett „drón-szülők”, akik a gyereknevelésben is segítségül hívják a technológiát. Egy geokerítést használva például láthatatlanul tájékozódhatnak a csemetéik tartózkodási helyéről. Ennek hátulütője, hogy eltoppithatja a természetes szülői ösztönöket. Pozitív fejlemény, hogy okukla a szülei hibáiból mind az apák, mind az anyák szeretnének több időt tölteni a gyerekekkel, és törekednek arra, hogy ne áldozzák fel a családjukat a

Magyar Ifjúság Kutatás 2016 számokban (15-29 éves)	
Tanul/dolgozik	37%/50%
Munkanélküli	4%
Elköltöztött a szülőktől	24%
Saját vállalkozása van a dolgozó fiataloknak	4%
Saját vállalkozás indítását fontolgatja	35%
Külföldi tanulást vagy munkavállalást tervez	33%
Saját okostelefonnal rendelkezik	85%
Érdeklődik a politika iránt	10%
Házass	10%
Van gyereke	14%

mint a WikiLeaks által kiszivároztatott kormányzati dokumentumok vagy a Snowden botrány, ami azt közvetítette számukra, hogy ne bízzanak a vezetőikben, valamint végleg kiábrándította őket a politikából. Az Ifjúság 2012 nagyszabású kutatás csendes generációnak nevezte ezt a korcsoportot, mivel a felmérésekből arra következtek, hogy az akkori 15-29 évesek nem kérdőjelezték meg a szülei értékrendjét. Távoll áll tőlük a lázadás, legszívesebben otthon ülnek, kivonják magukat a körülöttük zajló ügyekből, és

munka oltárán. Sok anya például nem megy vissza a munkahelelyre, hanem vállalkozni próbál, vagy megteremti annak a lehetőségét, hogy otthonról dolgozzon. Ez a generáció feltehetően a digitális felelősségvállalás területén is tudatosabb lesz. Fontos szülői feladat az eszközhasználat megtanítása kontrollált és ellenőrzött keretek között. Habár a szabályok betartása olykor csak kemény küzdelem árán sikerülhet, ez mégis elengedhetetlen, hiszen sok esetben még a felnőtteknek is nehézséget okoz offline-ra váltani.