



„Egy nyelven beszélünk...?”

Különbség helyett közösség

JUHÁSZ Erika

Az alábbi írás az Informatikai és Könyvtári Szövetség „Könyvtárak a kamasz olvasókért” című konferenciáján (Cegléd, 2017. április 4.) elhangzott előadás átdolgozott változata.

Bevezetés

Közgazdász és biblioterapeuta végzettségű szakemberként a HR tanácsadás területén tevékenykedem. Nagy hazai és nemzetközi cégek kulcspozícióiba és szakértői feladatokra keresek szakembereket és veszek részt különböző emberi erőforrás témát érintő projektekben. Az utóbbi években egyre gyakrabban hallok a fiatalok beilleszkedési nehézségeiről, a munkahelyeken megjelenő, elsősorban a generációs különbségekből fakadó kommunikációs problémákról, nehézségekről. Néhány éve megbízott oktatóként tanítok egyetemistákat különböző HR fókuszú és kommunikációt érintő kurzusokon. A tantárgyakba épített csoportfoglalkozások alkalmával a generációk közötti félreértések, meg nem értések feltárásával is foglalkozom, melyre esetenként az irodalomterápiás módszert alkalmazom. (A biblioterápiát és az irodalomterápiát a tanulmányomban tudatosan egymás alternatívájaként használom. A biblioterápia tágabb

fogalom, bármely könyv, vagy szöveg által elérhető hatást foglalja magába, míg az irodalomterápia kifejezetten a szépirodalmi művek által kíván hatást elérni.¹⁾

Amikor *Sütő András* 55. születésnapja alkalmából készítettek velem egy interjút, az első kérdés így hangzott: *Miért ír?* Az író néhány másodpercig gondolkodott, majd – hozzá méltóan – a világ legszebb, legragyogóbb válaszát adta: – *A visszhangért.*² A biblioterápia lényege, ars poeticája számomra: segíteni a szöveg visszhangjával. A szöveg bennünk megszülető visszhangja ugyanis az, ami változásra serkenthet, a csoport pedig lehet az a közeg, amely gondolatainkat átélve ösztönöz bennünket megkeresni mindazt, ami segít.

A ceglédi konferencia – hála a szervezők nyitottságának – lehetőséget teremtett arra, hogy a résztvevők, a generációs téma elméleti feldolgozása után, saját élmény formájában, egy csoportfoglalkozás keretében „kipróbálhassák” az irodalomterápiát. Ennek a

programnak bemutatására és a tapasztalatokra a tanulmány végén röviden kitérek.

A téma aktualitása

Egy többezer éves babiloni kőtábla szerint „a mai fiatalság velejéig romlott, gonosz, istentelen és lusta. Sohasem lesz olyan, mint amilyenek az ifjúságnak lennie kell és képtelen lesz kultúránk megőrzésére.”³ *George Orwell* véleménye a múlt század közepéről pedig így hangzik: „minden generáció rátermettebbnek gondolja magát az előzőnél, és bölcsőbbnek az utána következőnél.” És vajon hogy hangzana ma egy aktuális megállapítás?

Emberi erőforrás szakemberként és oktatóként is gyakran találkozom a fiatalok (szakmai) identitást érintő problémáival. A szakember-kiválasztás területén szerzett tapasztalataim alapján úgy gondolom, hogy reális önismeret, fejlett empátia, az egymáshoz és a változáshoz való megfelelő viszonyulás nélkül szinte elképzelhetetlen az életpálya tervezés, a sikeres álláskeresés és a munkaerő-piaci jelenlét és persze, egy jól működő munkahelyi közösség. Talán ezért is vált egyre fontosabbá a fiatal generáció támogatása, a generációk közötti párbeszéd fejlesztése, a munkahelyeken is megjelenő generációs különbségekből fakadó problémák kezelése.

Sokszor halljuk, milyen nehéz a mai fiataloknak ebben a kiszámíthatatlan világban. Tény, hogy a változáshoz való alkalmazkodás életformává vált az elmúlt időben. Több kurzuson oktattam a korosztályt önismeret- és kommunikációfejlesztési céllal és azzal a szándékkal, hogy a munkaerőpiacra történő belépésük támogatásán túl, empátiájuk, asszertivitásuk fejlesztésével leendő munkavállalóként nemcsak önmagukat és korosztályukat, hanem tágabb környezetüket is jobban értsék és a megértésen keresztül harmonikusabb és hatékonyabb munkavállalók legyenek.

Mint ahogy egy munkahely leképezi a társadalom generációs rétegződését – a munkaerőpiac szempontjából az aktív korosztály négy generációját –, úgy egy könyvtárra még inkább igaz ez, amennyiben a potenciális látogatók csoportjára gondolunk. Generációk ugyanis nemcsak egy családon vagy egy munkahelyen belül élnek és működnek egymás mellett, hanem például a könyvtárakban is. Ezt az analógiát elfogadva és hasonlóságokat feltételezve szerkesztettem meg előadásomat.

Jelen tanulmány fókuszja a generációk „megszólíthatóságára”, „fogyasztói magatartásuk” vizsgálatára irányul. Ha a könyvtárra mint közösségi, szolgáltatási

térre gondolunk, akkor nyilvánvaló, hogy az eltérően szocializálódott generációk együttműködése, kiszolgálása, érdeklődésük felkeltése korántsem olyan egyszerű. És ha a könyvtárra mint közösségre, egy „nagy családra” gondolok, máris öt (sőt, akár hat) generációt látok egymás mellett élni és működni.

A generáció fogalma

Mielőtt a különböző nemzedékek sajátosságaira térnénk, érdemes definiálni a generáció fogalmát. Hagyományosan a szülők és utódaik születése közötti átlagos időintervallumként szokás meghatározni.⁴ A történelmi generáció tagjai körülbelül egy időben születtek, és az úgynevezett „mi-érzés” élményével, a korszakban közösen megtapasztalt kulturális, politikai és társadalmi élmények átélésével kötődnek egymáshoz. Biológiai generáció alatt azt a családi életciklusban fontos, hozzávetőlegesen huszonöt-harminc évet értjük, amely időszak alatt a gyermek felnőtt és saját gyermekei születnek. A biológiai meghatározás mára szinte irrelevánssá vált, hiszen a csoportok oly gyorsan változnak az új technológiákra, az átalakuló karrierekre, a tanulási opciókra vagy a változó társadalmi értékekre adott válaszként, hogy a bő két évtized túlságosan tág generációs idő. Napjaink generációit tehát inkább szociológiai, mint biológiai értelemben kellene meghatározni.

A magyar származású *Karl Mannheim* elemezte elsőként szociológiai-kulturális szempontból a generációs kérdéskört az 1928-as „A nemzedékek problematikája” című munkájában.⁵ Meglátása szerint a születés egyidejűségén alapul a nemzedékek együvé tartozása, ám az így keletkező korcsoport mégsem alkot egy nemzedéket, mert csupán ez még nem képezi közös alapját. Így pusztán statisztikai kategóriáról beszélünk. Az azonos életkorban átélt események és közös élmények szükségesek a közös nemzedéki kultúrához. A generáció tehát azonos időszakban született személyek csoportjára vonatkozik, akik összehasonlítható életkorban és életszakaszban vannak, és akiket sajátos időszak (események, trendek és folyamatok) határoznak meg.⁶ A generációs elméletet *William Strauss* és *Neil Howe* amerikai történészek alapozták meg a nyugati generációelméletet összegző, 1991-ben megjelent „Generations” című nagyhatású könyvükkel. Nevezett szakértők szerint „a generáció olyan személyek csoportja, akik azon a történelmi időn és téren osztoznak, mely kollektív személyiséget biztosít nekik. A generációs idő pedig egy életszakasz hosszúsága.”⁷ A mai generációkra

speciálisan jellemző a globalitás, hiszen ugyanazok a trendek, események és folyamatok alakítják őket. Emiatt tehát egy generációt olyan személyek csoportjaként érdemes meghatározni, akik ugyanabban a korszakban születtek, ugyanazon időszak formálta őket és ugyanazon társadalmi markerek voltak hatással rájuk – más szóval a generáció egy azonos életkor és életszakasz, létfeltételek és technológia, események és tapasztalatok által összekapcsolt csoport.⁸

A generációkutatással foglalkozó szakemberek a generációkat a fiatalkori kohorsz⁹ élmények alapján határozzák meg. A kohorsz élmények a generációszintű, közös élmények, amelyek hatással lehetnek az adott korcsoport későbbi személyiségének, értékrendjének alakulására. A generációk tagjait összeköti a serdülőkor közös élményei, legyen szó populáris kultúráról, politikai-gazdasági eseményekről, vagy technológiai tapasztalatokról. Ezek azok a tényezők, amelyek kohorsszá tömörítik őket, ami hatással van az értékrendre és a preferenciákra, amelyek befolyásolják az adott korszak egyéneinek viselkedését is nemzedékenként egyedi jellemzőkkel.

A fentieket érdekes tovább fűzni, és kiegészíteni azal, amit Mannheim vallott, hogy a generáció a társadalmi szerkezet eleme, és az életkori rétegződés az életkori különbségekhez köthető.¹⁰ Azaz, adott generáció tagjai párhuzamosan vesznek részt közös történések egyazon szakaszában. A közös élmények rétegződésével alakul ki a közös tudat, ami az adott generáció meghatározó alapját adja.

Minden generáció rendelkezik egyedi markerekkel, megkülönböztető jegyekkel, amelyek az adott nemzedék értékeit és attitűdjét jelölik, és ezek ruházzák fel a generációkat összetartó erővel.

A leginkább alkalmazott generációs besorolás alapján megkülönböztethetjük a veterán, baby boomer, X, Y és Z generációkat, illetve újabban az alfa generációt.

Generációkról általában

Ma Magyarországon hat generáció éli életét, hat meglehetősen különböző embercsoport. Egyszerű általánosítással azt mondhatnánk, hogy ezek a generációk mást kedvelnek, máshogy élnek, mások a tulajdonságaik. De ez nem lenne teljesen igaz, hiszen vannak közös tapasztalatok, együtt megélt évtizedek, azonos ismerősök és kollektív problémák. Az már más kérdés, hogy ezeket esetleg nem ugyanúgy élték meg ezek a generációk.¹¹

Az egyes generációk korszakjelzőit kell megismer-

ni, mert akkor magatartásuk nagy vonalakban előre jelezhető és magyarázat található döntéseikre. A generációkat a közös tapasztalatok, élettémények, végső soron a közös értékek fűzik egybe. Az összekapcsolódás laza, de meghatározó. Laza szálú, mert annyi életsors, fogyasztási-vásárlási döntés mutatkozik meg egy-egy generáció esetében, hogy ezeket rendkívül nehéz egységesnek tekinteni. Mégis van egy meghatározó vonulat az értékek szerint, amely lehetőséget teremt arra, hogy összekapcsoljuk ezeket a döntéseket, és azt állítsuk, hogy a generációk között észrevehető különbségek vannak és egyben a generációkon belül fellelhető azonosságok mozgatják az oda tartozó emberek attitűdjét, döntéseit.¹²

A „veterán” generáció tagjai (1945 előtt születtek) a 20. század viharainak árnyékában nőttek fel. Életüket nagy részben a szocializmus határozta meg, de gyermekkorukra, vagy fiatalságukra a világháború is hatással volt. Családi fájdalmak, tragédiák és keserőségek is nyomot hagytak ezen a generáción. Nem vágytak másra, mint nyugalomra, békére, családi harmóniára. Ahogy a korábbi évtizedekben is, számukra is a mikrocsalád a központi közösségi forrás. A család összetartó ereje nem is volt kérdés számukra. Munkájukhoz való viszonyukat az állandóság jellemezte. Számukra érték volt, akár egész életükben, egy munkahelyen dolgozni. A mai kor nagyszülei nem is értik, hogy a gyerekeik, unokáik hova rohannak egész nap, miért váltogatják a munkahelyeiket évről-évre, miért nem lehet leülni a vasárnapi ebédhez beszélgetni valami kutyü nélkül. Bizonyára nem jó irányba megy ez a világ – gondolhatják.

A baby boom (1946–1964 között születettek) generáció picit nyugodtabb társadalmi-gazdasági helyzetbe csöppent bele szüleinél, ők a háborút követő demográfiai robbanás gyermekei. Fiatal felnőttként a szocializmus időszakában éltek, amit nem melleleg egyértelmű szabályok és az állandóság jellemezett. Ezt az állandóságot rengette meg aztán a rendszerváltás. A generáció életét áthatotta a munka világa, a még mindig poroszos tekintélyelvűség. Náluk még előre meg volt határozva a munkaidő eleje és vége, de talán ez az utolsó olyan generáció is, ahol a hierarchia határozza meg a működési elveket. Szakmai téren a fegyelem, tisztelet és kitartás jellemezi őket, és alázattal végzik munkájukat. Rendkívül felkészült, tette kész és sokat megélt nemzedék. Szüleitől megkülönbözteti, hogy új utakra, tudásra vágyik, kariert épít. Az ötvenes évek nélkülözései után némi fellendülés volt számukra a „szocialista fogyasztói társadalom” időszaka. Kelet-Európában a rendszerváltást követő-

en sokan közülük munkanélkülivé váltak. Fogyasztásukra jellemző a takarékoskodás, hiszen egész életükben meghatározó volt a szűkösség érzete.

Az X (1965–1980 között születettek) generáció tagjait elődeikhez képest magasabb iskolázottság jellemzi. Kétjüvedelmű családokban nőttek fel, ahol a válás már általános jelenség volt. Amit láttak: a munka és a pénz miatt széteső családok és a sikert szorongással megélt szülők. Ők a „kulcsos gyerekek” generációja, amely önálló, találgató és önálló nemzedékké vált, akik a munkahelyen is értékelik a szabadságot és a felelősséget. A korábbi mintával szemben ráéreztek, hogy a siker kulcsa a tudás, a kapcsolatok, a gyors reagálás. Őket munkába állásukkor már multinacionális vállalatok várták, akikkel együtt megérkezett a korlátlan munkaidő és a stressz is. Az X-esek ezt a korlátlan munkaidőt tartották „normálisnak” – hiszen ez kellett a karrierhez, az elismeréshez, az előrelépéshez. Így paradox módon a munkahelyi kultúra és az élet szerves része lett a szorongás. Ez a generáció úgy érzi, egyedül maradt. És amennyire tele van bizonyítási vágygal, olyannyira tele van kétségekkel is.

Jogosan merülhet fel a kérdés, hogy a nyugati kultúrákban alkalmazott klasszikus generáció besorolás mennyire feleltethető meg a szocializmust átélt generációknak. *Törőcsik Mária* is például, párhuzamot vonva az amerikai besorolással, három csoportot különböztet meg a munkavállalás kezdetét helyezve középpontba. Ezt azzal indokolja, hogy a generációk behatárolását azokhoz a nagy fordulópontokhoz érdemes kötni, amelyek az egyén másodlagos szocializációjával, azaz a munkavállalással kapcsolhatók össze. Ezek alapján megkülönbözteti a háború utáni munkavállalók (a negyvenes, ötvenes években pályakezdekők – a veteránok), a szoft-szocializmusban, az „új gazdasági mechanizmus” környékén pályakezdekők (baby boomerek), és a rendszerváltás utáni munkavállalók (X-ek) generációit.¹³

Az Y generáció (1981–1995 között születettek) a fogyasztói társadalom gyermeke, a „millenniumi nemzedék”, meglépte mindazt, amit az X csak akart. Születésük óta rendkívül ingergazdag környezetben, fogyasztóközpontú, évről évre megújuló elektronikus eszközökkel teli, virtuális kommunikáció eszközeivel átszőtt világban nevelkedtek, miközben a korábbi értékek sorra megkérdőjeleződtek körülöttük.¹⁴ Azt gondolják, pontosan tudják, hogy ez az új világ miről szól, hogy mit vár el tőlük a társadalom, mi a siker és a boldogság alapja. Nem állnak értetlenül az elvárások előtt, sőt saját elvárásaikat építették fel: ők már nem akarnak a hét minden napján készenlétben

állni, hiszen akkor nem tudnának foglalkozni saját magukkal. Ehelyett bármikor munkahelyet váltanak, még akkor is, ha tisztában vannak azzal, nem biztos, hogy egyhamar találnak megfelelő állást. Nem értik a poroszos, információhiányos vezetést, és nem azzal foglalkoznak, amit az idősebbek várnának tőlük. Gondjukat, bajukat saját blogjaikra írják ki, mintegy hamar megszabadulva annak terhétől és partnereket, szövetségeseket keresve saját igazukra. Agilisak, célratörők, nyitottak az újdonságra. Fontos ars poeticájuk, hogy nem akarnak úgy élni, mint a szüleik, akik állandóan dolgoznak. Az övék az első generáció, akik azzal a tudattal állnak munkába, hogy az első munkahelyük nem az utolsó lesz. Ők már nem állást szeretnének, hanem munkát, ami akár értéket is tud teremteni és egyben az önkifejezés lehetőségét is adja. Kiemelten fontos számukra a szabadidejük, és a munka és magánélet egyensúlya. Értékeik a sikeresség, az önálló döntéshozás és az önmegvalósítás.

És ebbe a világba lépett bele a Z generáció (1996–2010 között születettek), a világ első olyan generációja, akik beleszülettek az online világba. Idejük jelentős részét ott is töltik, a közösségi oldalakon chatelnek, ott barátkoznak és tájékozódnak és persze „lájkokat” osztanak és azokra vadásznak. A „Z”-k már eleve egy globális világba születtek, hozzászoktak az állandó információ-hozzáféréshez és -gyártáshoz. Ők soha „nincsenek” egyedül: bármikor online lehetnek, bárhol és bármikor beszélhetnek magukról, kiadhatják érzéseiket, gondolataikat. Hálózatban keresztül funkcionálnak a legjobban, szocializációjuk virtuális térben történik.¹⁵

A teljesség kedvéért említem meg az „alfák”-at (2010 után születettek). Őket még alig „kutatták”, róluk még csak sejtések lehetnek. Hogy vajon véget ér-e valami a Z generációval, és egy új folyamat kezdődik, kezdődhet az alfával, ez egyelőre még csak találgatás.¹⁶

De miért is lehet izgalmas ez a téma és főleg, hol a kapcsolódás a generációs kérdés, a könyvtári szolgáltatás és a kommunikáció között? A következőkben erre térek ki.

A könyvtár „lehetősége”

„Nekünk ma valóban rengeteg szabadságunk és életopciónk van, ugyanakkor senki se gondolhatja azt, hogy túl jó dolgunk lenne, mert a túl sok választási lehetőség közt szóródik a figyelem, elaprózódik az ember. Leginkább a *mindennek* az illúziója áll előtünk: ez is a tiéd lehetne kis barátom, ez is te lehet-

nél, ide is eljuthattál volna, ha több pénzed lenne, ha magasabb és szebb lennél, ha közgázt végeztél volna, ha jobb helyre születtél volna. Az Y-generáció egy feltételes módú világban él.”¹⁷

Az idézett szerző saját („Y”) generációját egy „feltételes módú világban élő” nemzedéknek írja le. Ebben a „feltételes” helyzetben kell nekik mankót adni, segíteni őket önbizalmuk erősítésében, empátiájuk és együttműködési készségük fejlesztésében, eszköztárat adni a stressz- és konfliktuskezeléshez. Ha úgy tetszik, stabilitást adni a bizonytalanságban. Az „Y/Z” generáció azt várja, hogy tapasztalat útján tanulhasson és önmaga felfedezése útján keresse a megoldásokat.

Az „Y/Z”-kről sokszor az a visszajelzés, hogy túlságosan nagy önbizalommal rendelkeznek és egy „kicsit helyre kéne tenni” őket. Ezzel szemben talán meglepő lehet, hogy ők viszont pont ezen a ponton, az önbizalom területén szeretnék fejlődni. Ennek az lehet a magyarázata, hogy ez a nemzedék már úgy nőtt fel, hogy megtanulta „túlságosan” képviselni az értékeit és önmagát, holott csupán bizonyítani szeretne. Erre hajtja az erős megfelelési vágya is, mert szeretné, hogy észrevegyék, értékeljék, amit tesz és használni szeretné tudását.¹⁸

Egy 2013 őszi kutatás¹⁹ többek között azt vizsgálta, hogy milyennek látják magukat a fiatalok és ennek alapján milyen fejlődési területet jelölnének meg önmaguk számára. Ezek a következők: önbizalom erősítése, stresszkezelés, konfliktuskezelés, önismeretfejlesztés.

Az előzőekben leírtak alapján a téma szempontjából az „Y/Z” generációt mint a könyvtári szolgáltatás „fogyasztóját” vizsgálom és a következő megállapításokat teszem:

Az „Y/Z” generációs fiatal:²⁰

- az eddigi „legképzettebb” generáció,
- öntudatos, önálló,
- akkor működik a legjobban, ha lehetőséget kap, ha rábízhatnak egy feladatot, ha megbízhatnak benne,
- inspirálja, ha ezt a törekvését egy számára hiteltelenséges mentor „kíséri”, akitől szakmailag és emberileg is tud tanulni,
- olyan világban szocializálódott, ahol az eredményesség mindenképp álló érték, és ő ezt az értéket kizárólag saját sikerességével méri,
- igényli a „testre szabást”,
- a saját kérdéseire keresi a válaszokat, igénye, hogy egy program úgy épüljön fel, hogy el-

várásai a lehető legnagyobb mértékben teljesüljenek,

- azokat a megoldásokat kedveli, amelyeket rögtön ki is tud próbálni, az elméleti háttér helyett, amit egyébként, amikor szüksége van rá, szinte azonnal meg tud keresni a neten,
- sokkal inkább a gyakorlati megvalósításon van nála a hangsúly,
- kényelmes, gyermekkorától körülvéveszi a kényelem és a jólét,
- rugalmas, de bizonytalan, hiszen egy korlátok nélküli világban nőtt fel, amiben nincsenek megkérdőjelezhetetlen értékek és kapacitások,
- konfliktuskerülő, nem szívesen áll ki véleménye, ötletei mellett,
- kerüli a felelősségvállalást,
- ambivalens, néha versengő, néha a partnerségre törekszik,
- motiválatlan, kevésbé kitartó,
- élvezni akarja a tevékenységet, amit csinál,
- folyamatos visszajelzést, az elvárások pontos közvetítését igényli – ilyen világban él, kezében ott az okostelefon és ha akarja, ha nem, folyamatosan reagál, a visszajelzés segíti abban, hogy tudja, jó úton jár, jó felé megy,
- digitális affinitás, technika-függőség,
- multitasking hatékonyság jellemzi.

A fentieket a következő „hívószavakká” rendszerezhetjük:

- sok választási lehetőség, kevés korlát;
- mindent *akarnak*, mindent *megosztanak*;
- mindent *gyorsan* és *párhuzamosan*;
- felületes tudás, de
- ami érdekli őket, abban elmélyednek;
- mindent *élményszerűen* és röviden *összefoglalva* kell közvetíteni feléjük,
- igényük van arra, hogy *egyenrangú félként* kezeljék őket,
- „*öncelebség*” – mindent láttatni,
- *mindenhol* ott lenni, *mindenben* benne lenni.

Izgalmas kérdés, hogy mit jelenthet a könyvtár mint intézmény mint közösségi tér egy fiatal számára? Lehet-e „inter-generációs” helyszín, funkcionálhat-e a generációk közötti találkozási pontként, és ha igen, hogyan? Egyáltalán szükség van-e ilyen könyvtári ambícióra?

A generációk beágyazódnak saját világukba, mely komoly, néha áthidalhatatlannak tűnő gátat jelenthet. A hasonló életkorú személyek között megerősödik a

kapcsolattartás, míg az eltérő életkorú csoportokkal szembeni kapcsolat egyre gyengül. Ez csökkentheti a korosztályok közötti interakciót és teret adhat a generációkkal kapcsolatos különböző sztereotípiák és mítoszok térnyerésére. Az intergenerációs forma válasz lehet erre a jelenségre, a könyvtár pedig helyszíneként szolgálhat a különböző generációk találkozásának megvalósulására.

Minden egyes generációnak meghatározó jegyei vannak, amelyek alapján egyedivé és megkülönböztethetővé válnak, hasonlóan a szubkultúrákhoz. A generációs marketing alapfeltételezése, hogy minden egyes generációnak létezik olyan alapélmény készlete, amely egyfajta értékorientációként is értelmezhető és hatással van az egyén preferenciáira, döntéseire. Azaz, minden generáción belül létezik egy „központi tendencia”, amely megkülönbözteti a többi nemzedéktől.²¹ A legnagyobb kihívás megtalálni az egyes generációkhoz leginkább illő üzenetet és csatornát anélkül, hogy sérülne a „márka” – esetünkben a könyvtár mint közösségi tér- egységes „identitása”. Ezért egyes márkák olyan termékcsoportokat hoznak létre, amelyekkel sikeresen szólítják meg az egyes generációs csoportok fogyasztóit és igyekeznek ehhez a megfelelő kommunikációs csatornát biztosítani.²²

A könyvtári „fogyasztók” vertikális rétegződésére tehát érdemes lenne figyelmet fordítani, ha úgy tesszük marketing szempontból is. Az „Y/ Z” generációs fiatalokat könyvtárhasználati szempontból pedig érdemes lehet „sajátos igényű csoportnak” tekinteni, következésképp a nekik szóló könyvtári szolgáltatásokat, programokat generáció-specifikus módon és eszközökkel hirdetni.

Fontos tehát ismerni a generációk meghatározó jegyeit, korszakjelzőit, hiszen így, a szerzett információ alapján, attitűdjük feltérképezhető, a hívószavak definiálhatók, így elérésük nagyobb sikerrel kecsegtet.

Biblioterápiás foglalkozás

A biblioterápia (irodalomterápia) egy művészetterápiás módszer, amely a személyiségfejlődést támogatja szövegek élményszintű felhasználásával. Egyéni vagy csoportos formában, szakember vezetésével valósul meg azzal a céllal, hogy a résztvevők felszínre hozhassák érzéseiket és azokat megosszák egymással. A beszélgetés szűk körben zajlik, így mindenki meg tudja fogalmazni és ki tudja mondani a szöveggel kapcsolatos gondolatait, élményeit.

Egy szöveg segítséget nyújthat abban, hogy külső szemszögből láthassuk a problémáinkat, példát vagy

ellenpéldát ismerjünk meg és a várható következmények átgondolásával találjunk, válasszunk megoldásokat. A csoportfoglalkozás lehetőséget teremt, hogy egymás előtt megnyíljunk, betekintést nyerjünk a másik ember gondolataiba és érzéseibe, és ennek tükrében tekintsünk rá saját belső világunkra és életünkre, a változás, a fejlődés útjaira. Cél, hogy fejlődjön az önismeret, a kommunikáció, a saját vélemények és érzések képviselése, javuljon a konfliktuskezelés, mások álláspontjának befogadása és az empátia.

A konferencia résztvevői négy csoportban próbálhatták ki a biblioterápiás foglalkozást, melyen *Örkény István: Sokszor a legbonyolultabb dolgokban is jól megértjük egymást...*²³ című egypercesét használtuk.

A csoportszabályok lefektetése után a csoporttagok bemutatkozása következett (keresztnev és egy belső „időjárási helyzetre” vonatkozó asszociáció, pl. felhőátvonulásos Anna). Ezután egy képre vonatkozó gondolatokkal, érzésekkel foglalkoztunk, ami a kötetlen, nyitott, őszinte légkör megteremtését szolgálta. Majd elővettük a szöveget, melynek felolvasása után annak biblioterápiás feldolgozása következett. A foglalkozásra biblioterapeuta kollégáimmal²⁴ előzetesen fókuszkérdésekkel készültünk, melyek érintették például, hogy mit gondolnak a szereplők érzéseivel kapcsolatosan, hogyan viszonyulhattak egymáshoz, változott-e a viszonyuk a beszélgetés előre haladtával, és vajon zajlott-e a szereplőkben belső monológ, és ha igen, miről. A válaszokból építkeztünk aztán a személyes élmények felé, hiszen a véleményekből kiderült, hogy kinek milyen az egyéni megoldási stratégiája hasonló konfliktusos helyzetben. Több saját példa, élmény hangzott el az egymáshoz való viszonyulás, a másikhoz való hozzáállást illetően. Érintettük, vajon van-e olyan téma, amiről könnyű vagy éppen nehéz beszélni. Hogy miért van az, hogy van, egyesekkel könnyen szót lehet érteni, és persze vannak olyanok is, akikkel szinte lehetetlen. Mi a meg nem értés oka és kockázata? Hogyan lehet feloldani az ilyen helyzetet? Mi lehet a hiányzó láncszem az egymás közötti kommunikációban, megértésben?

Végezetül arra kértük a résztvevőket, hogy a foglalkozás alkalmával szerzett élmények, gondolatok alapján gondolják végig és rögzítsék maguknak, melyek azok tényezők, amiket el kellene engedni ahhoz, hogy még jobban tudjanak kapcsolódni emberekhez, megértetni magukat és megérteni másokat. Kértük őket, jegyezzék fel azt is, mi az, amit eredményesen tudnak használni kommunikációjukban.

A résztvevők végül megállapították, minden helyzet-

ben megtörténhet, hogy nem tudunk kapcsolódni a másikhöz. Így van ez a könyvtárosi munka során is. Ugyanakkor mindenkiben megvan a másikhöz való kapcsolódás képessége. Akkor is, ha egy fiattal kerül szembe. Ha pedig elbizonytalanodnak, talán eszközbe fog jutni a foglalkozáson megszületett csoportos megállapítás vagy egyéni gondolat.

A foglalkozás kezdetekor és azt követően a résztvevőket belépő, illetve kilépő kérdőív kitöltésére kértük. A résztvevők, a teljesség igénye nélkül, a következő válaszokat adták:

Milyen várakozásokkal érkeztl?

„Izgatott és kíváncsi vagyok, nyitott új módszerekre, építő gondolatokra. Inspiráltság, motiváltság, tanulni vágyás, közösségi élmény. Remélem, a foglalkozás segít abban, hogy megtaláljam a szemüveget a kamaszokhoz, elsősorban saját fiattal élmények előhívásával. Nagyon kíváncsi vagyok más kollégák tapasztalataira, ötleteire, amit a későbbiekben alkalmazni lehet.”

Hogy érezted magad?

A résztvevők jellemzően nagyon (várakozáson felül) jól érezték magukat, érdekesnek, tanulságosnak, gondolatébresztőnek tartották a foglalkozást. Felszabadultan, őszintén, nyíltan tudtak beszélni. A társaság befogadó és empatikus volt. A foglalkozás légköréről megállapították, hogy nyílt és őszinte volt, egyesek fokozatosan nyíltak meg. Volt, akinél a problémák felszínre törtek, így nehezen oldódott a belső feszültsége, és volt olyan is, aki az elején jól érezte magát, aztán jött a hullámvölgy. Mindenesetre megállapították, hogy jó volt megismerni a többiek gondolkodásmódját, meghallgatni másokat. Közelebb hozta őket egymáshoz a foglalkozás.

Személyes felismerés

Sok személyes, esetenként önreflexív, önkritikus választ kaptunk. Többen érdekesnek tartották annak a megélését, hogy ugyanarról a szövegről mennyire másképp lehet gondolkodni. Megállapították, hogy ha legközelebb kommunikációs akadályba ütköznek, több szempontból fogják megközelíteni a problémát, törekednek meghallgatni a másik álláspontját. Sőt, néha el kell tudni engedni a dolgokat, vagy éppen bátrabbnak kell lenni és határozottabban kell kimondani a saját véleményt. Empatikusabbnak, nyitottabbnak kell lenni, gyakrabban kell magunkat a másik helyzetébe képzelni.

„*És egy kicsit több figyelmet, megértő szót intézhetnék az olvasó felé. Értő figyelemmel fogom hallgatni. Van út a megértéshez.*”

Fenti megállapítások találkoztak előzetes meglátással, miszerint a könyvtári szolgáltatást nyújtók empátiájának fejlesztése elkerülhetetlenül fontos a fiatalok megnyeréséhez.

Befejezés

Talán nem túlzás azt mondani, hogy a mai fiatalok nagyon hasonló problémákkal küzdenek, mint amivel minden generáció küzdött fiattal, nevezetesen identitásuk, az egyéni céljaik és a realitás összhangjának a megtalálásával, kialakításával. De ők mindezt egy gyorsan változó, bizonytalan és felgyorsult világban teszik. Fontos ezért tudni, hogy a „fiatal” kép mögött ténylegesen milyen fiatalok vannak? Gondolkodásuk megismerését kell megcélozni, azaz proaktívan, újszerű közelítésben kell gondolni rájuk. Így lehet megérteni motivációikat, működésüket.

A korábbi fejezetben bővebben tárgyalt jellemzők mellett álljon itt újból néhány generációs „hívószó”: gyorsan, párhuzamosan, kevés korláttal, választási lehetőséggel, technológiával, testtudatosan, „öncelebséggel-narcisztikusan”. Bevonódni, összefoglalni, megosztani, mindenhol ott lenni, mindenben benne lenni, fesztiválozni, láttatni, láttatni, láttatni. A fiatalok vágnak arra, hogy bevonják őket, megbízzanak bennük, lehetőséget kapjanak, hogy megmutathassák magukat. De legfőképp arra, hogy meg tudják élni a bensőségességet, igazi találkozást, álarcnélküliség érzését, közöttünk, velünk.

Saját szemszögünkből sokszor különösnek, érthetetlennek tűnhet egy másik ember, és mennyire igaz ez, ha történetesen egy másik generációhoz tartozik. Azonban, ha kíváncsisággal fordulunk a másik generáció felé, ha megismerjük, mi jellemzi, mi mozgatja őket, akkor máris érthetőbbé válik viselkedésük, attitűdjük, reakcióik.

Ha megismerjük, hogy milyen nézőpontból lát helyzeteket, és magát a világot, ha „felvesszük az ő szemüvegét”, akkor azt is megláthatjuk, ő hogyan lát minket. Azért hasznos ismerni a generációs „sztereotípiákat”, hogy megértsük a másik motivációját, hogy miért olyan amilyen, miért úgy működik, ahogy. És ez mennyivel egyszerűbb, ha tudjuk, a generációk közötti különbség hátterében az áll, hogy különböző idősíkon és környezetben nőttek fel és szocializálódtak és ezért különbözőképp állnak egy-egy helyzethez.

Olyan ez, mint amikor egy szöveggel foglalkozunk. Ki így, ki úgy értelmez egy-egy történetet, eseményt, elfogad vagy elutasít egy szereplőt. Itt is emlékeinket hívjuk elő az értelmezésekhez, azokat, amik életünk során meghatároztak, belénk égtek. És az egyéni értelmezésekhez nem is kell generációs különbség. Egyszerűen csak másképp látjuk, mert különbözünk egymástól. Különbözünk, de egy valami közös bennünk, ez pedig a jelen. A jelen az, ami összeköt bennünket, amelyben meg kell tanulnunk hatékonyan együttműködni, legyen az fejlesztő irodalomterápiás csoport, többgenerációs munkahelyi környezet vagy éppen a könyvtár. A hídról beszéljünk, ami összeköt, ne a szakadékról, ami elválaszt!

Jegyzetek, irodalom

- JENEY Éva: Nyitott könyv, Irodalom, terápia, elmélet, Budapest, Balassi, 2012. 23. p.
- VÉRTES László: Az idők biblioterápiájáról = Könyv, Könyvtár, Könyvtáros, 1997. 10. sz. 44. p
- Mai fiatalok a kutató szemével = Jászkürt Újság, 2015. június 4. <http://jku.hu/2015/06/04/a-mai-fiatalok-a-kutato-szemevel/>
- MCCRINDLE, Marc – WOLFINGER, Emily: Az XYZ ábécéje. A nemzedékek meghatározása (K.A fordítása) = Korunk, 2010. 11. sz. 13–18. p. (letöltve: 2017.szept. 10.)
- SZÉNÁSI Lilla: Kihívások és lehetőségek a Digitális generáció oktatásában = Teológiai Fórum, IX. évfolyam, 1.szám (letöltve: 2017. szept. 10.)
- MarcMcCrimble – Emily Wolfinger i. m.
- MarcMcCrimble – Emily Wolfinger i. m.
- MarcMcCrimble – Emily Wolfinger i. m.
- A kohorsz egy nemzedék, tehát olyan emberek részcsoportja, akik valamilyen jellemzőjük szerint vannak csoportosítva. <http://idegen-szavak.hu/kohorsz> (letöltve 2017. szept. 10.)
- BERECZKI Nóra – CSORDÁS Tamás: Generációk a marketingben, A hazai Jones-generáció és jelenléte a rajzfilmekben = Jel-Kép, Kommunikáció, Közvélemény, Média, 2016. 4.sz. http://communicatio.hu/jelkep/2016/4/JelKep_2016_4_Bereczki_Nora_Csordas_Tamas.pdf (letöltve 2017. júl. 18.)
- Generációk <https://www.6generacio.com/copy-of-generaciok> (letöltve: 2017. szept. 10.)
- AZ generáció magatartása és kommunikációja, Tanulmánykötet, Szerk. Töröcsik Mária, Pécs, Pécsi Tudományegyetem, 2015. 11. p.
- BERECZKI Nóra – CSORDÁS Tamás: Generációk a marketingben...i. m.
- SCHÄFFER Beáta: Ifjú titánok, BOOOK Kiadó, Budapest, 2015. 21–22. p
- SCHÄFFER Beáta: Legifjabb titánok, BOOOK Kiadó, Budapest, 2015. 9. p
- Generációk <https://www.6generacio.com/copy-of-generaciok> (2017.szept. 10.)
- HERCSEL Adél: Engem az érdekel, aki patkány, de nem féreg http://hvg.hu/kultura/20150803_potozky_laszlo_patkany_vagyok_nem_fereg (2017. szept. 10.)
- Generációk, munkaerőpiac és motiváció kérdései a 21. században <http://www.ohe.hu/hrmagazin/cikkek/generaciok-munkaeropiac-es-a-motivacio-kerdesei-a-21-szazadban> (2017. szept. 10)
- PAJOR Mariann: Y Horizont, 2013, avagy a fiatal munkavállalók önmegítélése <http://www.ohe.hu/hrmagazin/cikkek/y-horizont-2013-avagy-a-fiatal-munkavallalok-onmegitelese> (2017. szept. 10.)
- SCHAFFER Beáta: A legifjabb titánok. Budapest, Boook Kiadó Kft, 2015, 22–24. p
- BERECZKI Nóra – CSORDÁS Tamás: Generációk a marketingben = Jel-Kép, Kommunikáció, Közvélemény, Média, 2016. 4. sz. http://communicatio.hu/jelkep/2016/4/JelKep_2016_4_Bereczki_Nora_Csordas_Tamas.pdf (Letöltve: 2017. júl. 18.)
- Adding quality to life, ADDLIFE Európai Eszköztár integrációs oktatási programok fejlesztéséhez a felsőoktatásban https://static.uni-graz.at/fileadmin/Weiterbildung/add-life_toolkit_hu.pdf (2017. szept. 10.)
- <http://mek.niif.hu/06300/06345/06345.htm#52> (2017. szept. 10.)
- Fülöp Attiláné, Horváth Szilvia és Zádori Gabriella biblioterapeuták