



# זה כן הגיל

מזן השכבה אליה הוא משתייך ולנורמות החברתיות והקונבנציות המצופות מכל תקופה. הפסיכולוגיה המסורתית לימדה אותנו לראות את החיים דרך שלבי ההתפתחות של זיגמונד פרויד, ואחריו אריק אריקסון. זה האחרון סיפק איפיון פסיכולוגי מרכזי לכל תקופת גיל. כך למשל, תקופת הגיל הרלוונטיות לחיי הבגרות מחולקות כך שבין גיל 18-35 אנשים נמצאים בתקופת הבגרות המוקדמת אותה כינה "אינטימיות לעומת בדידות". זו התקופה שבה אנשים מקימים זוגיות ומשפחה או נדונים לשיטתו, לבדידות. אחר כך באה התקופה של שלב הבגרות שבין 35-50 אותה כינה פוריות מול קיפאון. שוב, הפוריים מוצאים את עצמם מפתחים קריירה תוך שהם לומדים לדאוג לילדיהם ולעתידי משפחתם. השלב הרלוונטי האחרון הוא שלב הבגרות המאוחרת מגיל 50 ועד המוות, לא פחות. את השלב הזה כינה שלמות לעומת יאוש, בהתייחסו לראייה הרטרופסקטיבית של אדם על חייו שבה הוא בוחן אם הוא שלם עם מה שהספיק ועם מה שכבר לא יספיק לעשות. החלוקות הללו, הסכמיות, גורמות לרובנו לחוש שאנחנו חלק מקבוצה עם כל האמביוולנטיות שיש לנו כלפי השתייכות זו. האמביוולנטיות היא שגורמת לנו להסתקרן לגבי החריגים. אך מדוע הצעירים המצליחים מסקרנים אותנו יותר מהזקן שרץ מרתון? ובכן, הנעורים מעוררי תקווה. יש בהם משהו משמח יותר מהזקנה והמוות. רובנו מתגעגעים לנעוריים וחרדים מן הזקנה. ההתבוננות בהם נעימה יותר, לצד הכאב או היאוש, לשיטתו של אריקסון, על כך שעלינו להשלים עם כך שלא נחזור לנעורים ולתקווה שהם מספקים אך הנה, בשורה. פייר אוולאי וחוקרים נוספים מאוניברסיטת MIT בדקו אם הצלחה יומית תלויה בגיל צעיר. לאחר שבחנו אלפי חברות הזנק ואת אשר עלה בגורלן הם סיכמו במאמר מ־2020 ב־American Economic Review כי הגיל הממוצע של יומים מצליחים הוא 45. הם חתמו כך: "ממצאנו מראים בבירור כי ניתן לדחות את ההשערה כי 'צעירות' היא תכונה חשובה בהצלחה יומית". אפשר להירגע. העולם לא באמת שייך לצעירים. וגם לא ההצלחה. הם מסקרנים לרגע. הבהוב של חיינו מפעם עם קורטוב של אבק קסמים. אבל זה לא כל הסיפור. זו רק זווית של, ולצדה חשובות תכונות אישיות. לאלה שמתחבטים בין שלמות ליאוש, שאמרים לעצמם: 'אני כבר לא צעיר'; 'לא אצלתי'; 'לא אספיק'. מומלץ לשנן זאת שוב ושוב. השינון חשוב. כי מה שכן נשחק עם הזמן, הוא הזיכרון.

צעירים מצליחים מעניינים אותנו. האם הם מעניינים כמו בן 80? שעדיין רץ מרתון? במידה מסוימת, כן. כלומר, החריגה מהסדר הרגיל של הדברים היא שמושכת את תשומת הלב. הפנטזיה של כולם, להצליח בגיל צעיר, באופן חריג מן המצופה. ההתבוננות בהם ובחיייהם מספקת הצצה אל מה שיכולנו להיות ולא נהיינו. ניקח את אותה קבוצה, עם אותם סיפורים, עשר שנים קדימה. האם היא עדיין מסקרנת? מן הסתם פחות. אנחנו משייכים תכונות מסוימות לגיל, ומשם, אנחנו קושרים בין הגיל לסיפור. סיפורי ההצלחה נקשרים לגיל הצעיר, כאילו היה בעצמו תכונה שקשורה להצלחה. במקרים הללו, גיל הוא לכאורה לא רק מספר. זה הזמן להפסיק לדבר על דורות, כתב לואיס מנאנד במאמר ב"ניו יורקר" באוקטובר במאמר הסוקר את התפתחות הרעיון המשוך בין גיל לתכונות הוא מסביר כי כינויים כמו דור ה-X, ה-Y או ה-Z, שמתיימרים לייחס לבני אותם דורות מאפיינים מסוימים, אינם מבוססי מדע אלא נבנו על בסיס אנקדוטות שקודמו על ידי מומחי שיווק ויועצים. כך למשל, הוא טוען כי רוב הצעירים שגדלו בשנות ה-60 לא עשו אהבה חופשית, לא לקחו סמים ולא הפגינו נגד מלחמת וייטנאם; וכי אין שום הוכחה לכך שלדור ה-Z מניעים מוטיבציה יותר מאשר לקודמיו. לדבריו, אנשים פשוט חיים את חייהם בתוך מסגרת אישיותית וסביבתית. לפי מנאנד, אין הוכחה לכך שהשוני בין בני דור מסוים קטן יותר מאשר השוני בינם לבין בני דור אחר. החלוקה לדורות משרתת אינטרס או צורך של קהלים מסוימים לסמן קבוצות של לקוחות ועובדים. זו לא רוח התקופה שגרמה לבייבי בומרס להיראות "חומריים", אלא הסביבה העסקית הנוראית שאילצה אותם לעבוד יותר שנים כדי לקנות בית. במילים אחרות, זו הכלכלה, לא אפיון הדור לשיטתו של מנאנד Youth Culture זו המצאה. מחקרים רבים העוסקים במרכיבים הפסיכולוגיים המאפשרים הצלחה מדגישים מרכיבי אישיות שאינם בהכרח שייכים לגיל, ואינם משתנים עם הזמן. במחקר שפורסם ב־2020 ב־Psychological Science על ידי קווין הוף וחוקרים נוספים מאוניברסיטת יוסטון, בכותרת "מרכיבי אישיות כמנבאי הצלחה בשלב מוקדם בחיים", סומנו מרכיבי האישיות הבאים כמשמעותיים: מוכוונות, מוחצנות ויציבות רגשית. נעמי ברנדט מאוניברסיטת המבורג וחוקרים נוספים הסתכלו גם הם על המרכיבים האישיותיים המנבאים הצלחה במאמר ב־European Journal of Personality שיצא לאחרונה בכותרת: "הכוח המשולב של אישיות ומוטיבציה להצלחה תעסוקתית". ברנדט הוסיפה לרשימת התכונות הנדרשות להצלחה גם תפישת עצמי ומסוגלות עצמית. אבל, מה לעשות שאנחנו משדכים בין גיל למה שמצופה

חלוקה לדורות נועדה לסמן קבוצות של לקוחות או עובדים. לא רוח התקופה גרמה לבייבי בומרס להיראות "חומריים", אלא הסביבה העסקית הנוראית שאילצה אותם לעבוד יותר שנים כדי לקנות בית

dr.shilony@S2R.co.il

ד"ר איתי שילוני הוא מייסד ומנכ"ל S2R, חברה לייעוץ ארגוני אסטרטגי ומרצה עמית בביה"ס אריסון למינהל עסקים במרכז הבינתחומי הרצליה

page

**361**