ಮೂರು ತಲೆಮಾರುಗಳ ನೌಕರರ ನಡುವೆ ಸಮನ್ವಯತೆ ಸಾಧಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎನ್ನುವುದರ ಅರಿವೇ ಇಲ್ಲದಾಗಿದೆ' ಎಂದು ಅವರು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಅಮೆರಿಕದ ಬಹುತೇಕ ಕಂಪನಿಗಳು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಿದ್ದವು. ಆದರೆ, 'ಐಡಿಯಾಪೇಂಟ್' ಎಂಬ ಕಂಪನಿಯ ವಾಣಿಜ್ಯ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿಭಾಗದ ಉಪಾಧ್ಯಕ್ಷ ಜೆಫ್ ಅವಲಾನ್ 'ಈ ಎಲ್ಲ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಗಂಭೀರವಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಡಿ' ಎಂದು ಕಿವಿಮಾತು ಹೇಳಿದ್ದರು. 'ಪ್ರತಿ ಪೀಳಿಗೆಯವರಿಗೂ ಸಾಮಾನ್ಯವಾದ ಕೆಲವು ಮಾನವ ಅಗತ್ಯಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಅವು ಪೀಳಿಗೆಯಿಂದ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಷ್ಟೆ. ಸಮೂಹ, ಸಂವಹನ, ಜೀವನಶೈಲಿ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಅವು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತವೆ. ಒಂದು ಪೀಳಿಗೆಯವರಿಗೆ ಅಗತ್ಯ ಎನ್ನಿಸದೇ ಹೋದದ್ದನ್ನು ಈ ಪೀಳಿಗೆಯವರಿಗೆ ಜರೂರು ಎನಿಸಿದರೆ ಅವರು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಮಸ್ಯೆ ಅಲ್ಲ. ಅದನ್ನು ಸಮಾಜವೇ ಈಡೇರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಈಡೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ದಾರಿಯನ್ನು ಪೀಳಿಗೆಯೇ ಹುಡುಕತೊಡಗುತ್ತದೆ' ಎನ್ನುವುದು ಅವರ ವಾದ.

ಮಿಲೇನಿಯಲ್‌ಗಳು ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಕನೆಕ್ಟ್ ಆಗಿರುವವರು. ಚತುರಮತಿಗಳು. ಚುರುಕು. ಸಾಮಾಜಿಕ ತಾಣಗಳ ಮೂಲಕವೇ ಹೊಸತನ್ನು ಮನಸ್ಸಿಗಿಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವವರು. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಹಸಿವು ಅವರಿಗೆ ಜಾಸ್ತಿ. ಥಟ್ಟನೆ ಯೋಚಿಸಿ, ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೂ ತರಬಲ್ಲ ನಿಷ್ಣಾತರು. ಹೊಸ ವಾಣಿಜ್ಯ–ವ್ಯಾಪಾರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಏಗಲು ಇಂಥ ಎಲ್ಲ ಗುಣಗಳು ಬೇಕಿರುವುದರಿಂದ ಮಿಲೇನಿಯಲ್‌ಗಳು ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲವಾಗಿ ಸರಿಯಾಗಿ ಇದ್ದರೆಂದೇ ಅರ್ಥ ಎಂದು ಜೆಫ್ ಅವಲಾನ್ ಉದಾಹರಣೆಗಳ ಸಮೇತ ಬಣ್ಣಿಸಿದ್ದರು.

'ಹೊಸ ಪೀಳಿಗೆಯ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಫೋನ್ ಮೋಹವನ್ನು ವಿರೋಧಿಸುವ ಸಂಪ್ರದಾಯಸ್ಥರು, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪದರಗಳಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿರುವ ಅವಕಾಶಗಳ ಇನ್ನೊಂದು ಮುಖದ ಕುರಿತು ಯೋಚಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಅದಕ್ಕೇ ಬರೀ ಟೀಕೆಗಳು, ಬುದ್ಧಿಮಾತುಗಳಿಗೇ ಸಂವಾದಗಳನ್ನು ಹಿರಿಯರು ಮುಗಿಸಿಬಿಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚು' ಎಂದು ಬಫಿಂಗ್ಟನ್ ಎಂಬ ಮನೋವಿಜ್ಞಾನಿ ಹೇಳಿದ್ದನ್ನೂ ಅನೇಕರು ಒಪ್ಪಿದ್ದರು.

ಕಂಪನಿಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡು ಪೀಳಿಗೆಗಳ ನಡುವಿನ ಮನೋತಿಕ್ಕಾಟಕ್ಕೆ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಹೀಗೆ ನೋಡಬಹುದು:

ಎಲ್ಲಕ್ಕೂ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಬಯಸುವುದು ಹೊಸ ಪೀಳಿಗೆ. ಅದು ಸೂಪರ್‌ವೈಸರ್‌ಗಳಿಗೆ ಕಿರಿಕಿರಿಯ ವಿಷಯ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅಳವಡಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಹೊಸಬರ ವೇಗ ಹಳಬರ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಬೇಗ ಬಡ್ತಿ ಪಡೆಯುವ ಹುನ್ನಾರ. 'ಬೆಳಿಗ್ಗೆ 9ರಿಂದ ಸಂಜೆ 5ರವರೆಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಇಷ್ಟವಿಲ್ಲ' ಎಂಬ ಧೋರಣೆ ಹಳಬರ ನೋಟದಲ್ಲಿ ಅಶಿಸ್ತು, ದೀರ್ಘ ಕಾಲ ಗಮನಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಲಾಗದ ಮನಸ್ಥಿತಿ. ಬಿಡುವೇ ಇಲ್ಲದಂತೆ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನೂ ಹಳೆಯ ತಲೆಮಾರು ಸಹಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ. ಅದು ಅವರಿಗೆ ಅಶಾಂತ, ಉದ್ಧಟತನದ ವರ್ತನೆಯಾಗಿ ಕಾಣುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಮಿಲೇನಿಯಲ್‌ಗಳು ಸ್ವ ಪ್ರಚಾರ ಎಂದು ಹೇಳಿಕೊಂಡರೆ, ಹಿರಿಯರು ಆತ್ಮರತಿ ಎಂದು ಜರೆಯುತ್ತಾರೆ.

ಇಷ್ಟೆಲ್ಲ ಟೀಕೆಟಿಪ್ಪಣಿಗಳ ಹೊರತಾಗಿಯೂ 'ಡೀಕೋಂಡಿಂಗ್ ಮಿಲೇನಿಯಲ್ ಕನ್ಸ್ಯೂಮರ್' ಎಂದು ಎಲ್ಲ ಕಂಪನಿಗಳು ಸಭೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸುವುದರಲ್ಲೇ ಹೊಸತಲೆಮಾರಿನ ಶಕ್ತಿ ಎಂಥದೆನ್ನುವುದು ಅಡಗಿದೆ, ಅಲ್ಲವೇ?