



ДРОМ

FANTOMAS

GENERÁCIA Z (ZOOMERS)

Projekt tolerancie

FANTOMAS

Autorská inscenácia

Prvá premiéra otváracej sezóny DPOH

Réžia: **Valeria Schulczová**

Dramaturgia a hudba: **Tereza Hladká**

Výprava: **Eva Kudláčová Rácová**

Videoprojekcie: **Adam Kubala**

Odborná konzultantka: **Kristína Blažeková**

Hrajú: **Annamária Janeková, Jakub Švec, Katrin Virágová, Adam Kubala**

Hlas: **Zuzana Kronerová**

Projekt vznikol v spolupráci s občianskym združením **Zvoľ si info**

Inšpícia: **Alena Gogálová**

Svetlá: **Oliver Obernauer**

Zvuk: **Oleg Gál, Richard Čižmár**

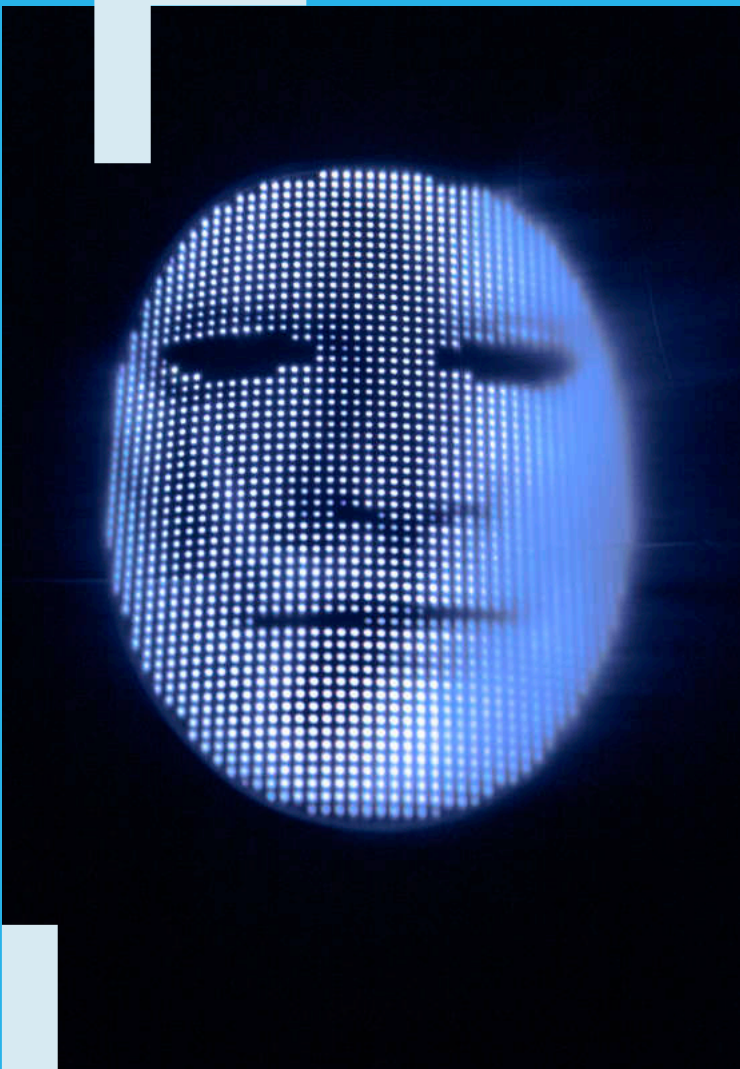
Rekvizity: **Michal Šulík**

Garderóba: **Mária Bartalová**

Masky: **Emília Vávrová**

Stavba: **Jaroslav Grebečí, Jakub Oslík, David Vont, Marián Zeman**

Javisková technika pod vedením **Richarda Čižmára**



V našom divadle uvádzame ďalší titul z projektu Generácia Z, pretože do nášho divadla chodí aj Generácia Z. Ale neškatuľkujme zbytočne týchto divákov a diváčky. Sú to mladí inteligentní ľudia, ktorí túžia spoznávať svet a konfrontovať sa s poznáním. Divadlo má ponúkať nielen dôležité otázky, odvážne hľadať odpovede, ale aj nachádzať cestu hlučným balastom, ktorý nás obklopuje. Práve preto máme v našom divadle projekt Generácia Z. Inscenácia FANTOMAS je dôležitým scénickým dielom a dúfame, že nebude iba fluidným zážitkom či bezfarebnou

impresiou, ale ponúkne mladým divákovi a diváčkovi komunikatívnu cestu k mediálnej gramotnosti. FANTOMAS je súčasťou ich dynamických životov, tak ako aj oni sú súčasťou FANTOMASA. Je dôležité, aby mu vedeli odolať a nestratili sa v dobe tekutých informácií a dezinformácií. FANTOMAS je tu a striehne. Dávajme si pozor!

Gejza Dezorz
umelecký šéf DPOH

Vo chvíli, keď vznikala projekt Generácia Z, netušili sme, že hybridná vojna sa u našich susedov premení na vojnu reálnu. Aj to je dôsledok konšpirácií, dezinformácií a hoaxov. Naratívy, ktoré sa šíria online priestorom, sa pre veľké množstvo ľudí stávajú relevantnejšími, ako overené informácie z tradičných médií. Sociálne siete sú často jediným zdrojom správ. A pre mladých z generácie Z to platí rovnako. Informácie prijímajú nekriticky, nedokážu selektovať, absentuje reflexia čítaného. Počas pandémie sa mnohým prevrátila virtuálna realita s tou skutočnou. Mali pocit, že ten ozajstný svet je sekundárny a „to pravé“ je to v mobile. Ocitli sa v sieti, z ktorej sa ťažko dokážu vymotať. Zažívajú si skutočné úzkosti, netušia, či obstoja, či zvládnu to, čo sami od seba očakávajú. Lebo predstavy o tom, čo im má svet poskytnúť a čo v ňom znamenajú, sú veľké. Sociálne bubliny ich v tom utvrdzujú. Vlastne tak, ako zvyšok populácie. Je jednoduchšie byť hrdinom vlastného filmu na Facebooku, Twitteri, Instagrame a TikToku. Obyčajný život je ťažký. V ňom je treba za skutky aj slová prevziať zodpovednosť. Slová. Slová.

Slová. Aj Shakespeare tušil, že v nich je problém. Stratili obsah, zmysel aj váhu. Ale ešte stále vzbudzujú strach. Všetci voláme po slobode slova a zamieňame si slobodu s krčmou na konci obce. Pľujeme na zem, močíme vedľa záchoda a bijeme sa do hrude, že na to máme sväté právo. Tak, ako niekomu zaželať smrť. Nech skape! Len tak. Pokojne a bezostyšne a hlavne slobodne. Naša bezvýznamnosť sa v online tak krásne stráca a realitou pošliapané ego volá po pomste. Konšpiruje, nadáva, octuje nebo, odčervuje, vyrovnáva prekyslený organizmus a bojuje s mainstreamom. Hľadá pravdu a nachádza ju. Za rohom. V sklenenej veži, v čipoch a laboratóriách. Nenávidí. Bojí sa a znovu nenávidí. Aj virtuálna nenávisť môže spôsobiť reálnu smrť. Vo vojne aj pred gay barom. Inscenácia FANTOMAS je o strachu, samote, hlúposti a cynizme. O tom, ako sa nedá nájsť šťastie v ponížení iného človeka, ani sloboda v bludoch. Snáď budeme pre niekoho užitoční.

Valeria Schulczová
Riaditeľka DPOH

Sused, ktorého nechcem • Krása nevidaná •

FANTOMAS

FANTOMAS je tretou inscenáciou výnimočného projektu Divadla DPOH Generácia Z, ktorý je zameraný predovšetkým na mladého diváka.

Celý cyklus tak tvorí ucelenú generačnú a dramatickú výpoveď, keďže na javisku stoja predovšetkým reprezentanti generácie zoomerov. Neznamená to však, že inscenácie sú určené výlučne pre nich. Mnohé nástrahy, s ktorými sa denne stretávajú, sa totiž týkajú aj nás ostatných.

FANTOMAS v sebe kumuluje témy, ktoré silno zarezonovali už v Kráse nevidanej a Susedovi, ktorého nechcem, no jeho dosah azda môže byť ešte širší – jeho odkaz sa totiž týka každej generácie. Ak si nebudeme dávať pozor, každú z nás je potenciálne náchylný k tomu, aby spadol do kráľičej nory ako Alenka v Krajine zázrakov, a namiesto rozprávok ho uväznila ríša konšpirácií a dezinformácií. FANTOMAS totiž útočí zákerne. Nahlodáva nás až dovtedy, kým mu celkom nepodľahneme a neuviazneme v útrobach nášho vlastného strachu.

Naša súčasnosť je zvláštna. Na jednej strane sa vraciame k sebe, riešime svoje vnútra a osobné potreby, aby sme dokázali prežiť v tomto často

škaredom svete, a na strane druhej sa k sebe stávame chladnejšími, srdcia sa nám obaľujú ľadom, jeden druhého si nevnímate.

Schovávame sa za rôzne masky, len aby sme nemuseli dať najavo svoju krehkosť. Mladí ľudia sa často uzatvárajú do svojich izieb a do svojich svetov, pretože ich rodičia sa od nich vzdávajú, vzájomne sa nepočúvajú. Myslia si, že k rozvíjaniu vzťahov stačí len spolu existovať v jednom priestore.

Od pandémie Covidu-19 sa neustále čistíme a dezinfikujeme, naše telá aj duše zbavujeme toxínov, meditujeme, cvičíme, postíme sa, no nevnímate si, že náš priestor zamoruje nenávisť. Denne pribúda do éteru sociálnych sietí zloba pretavená do slov a my s tým nič nerobíme. Vyhovárame sa, alebo radšej rovno zatvoríme oči. Slová sa stávajú len nedôležitou vatou a strácajú svoj význam. Dehumanizujú, ubližujú, znevažujú. Slovo predsa má váhu. Malo by ju mať. Nielen v mediálnom priestore, ale aj v našich každodenných životoch. Možno nám k vyčisteniu nepomôžu čarovné kamene ani zázračné filtre, ale návrat k ľudskosti.

Tereza Hladká
dramaturgička

Generácia Z je prvou generáciou, ktorá sa narodila do technologicky plne vyspelého sveta a sveta rozmáhajúcich sa médií. Aj preto ju nazývame generáciou digitálnych domorodcov. Je to generácia globálna, sociálna, vizuálna a technologická. Platí pri tom, že hoci sa výtopy modernej doby učila využívať od malička a to viac-menej intuitívne, často jej chyba v dnešnej dobe to podstatné – potrebné skúsenosti s orientáciou v mediálnych obsahoch.

Mladí ľudia patriaci ku generácii Z žijú v dobe s takým prístupom k informáciám, ako žiadna iná generácia pred nimi. A pri kvantite výpočet rozdielov v porovnaní s ostatnými generáciami určite nekončí. Vezmime si napríklad zdroje – približne 90% mladých ľudí dnes čerpá informácie zo sociálnych sietí, pričom len menej ako polovica z nich si ich overuje z viacerých zdrojov. Práve s príchodom sociálnych médií a sociálnych sietí nastala výrazná zmena v tom, ako informácie prijímame a spracúvame. Len málokedy ich musíme aktívne vyhľadávať, prúdia k nám totiž samé. Z pasívnych prijímateľov sme sa stali ich aktívnymi konzumentmi, môžeme s nimi interagovať, dokonca ich spoluvytvárať. Dnešní mladí ľudia sú vo významnej miere spoluzodpovední za to, ako online priestor vyzerá – tým, čo (a ako) sledujú, lajkujú, komentujú, alebo sami produkujú. Otázkou zostáva, či sú i dostatočne pripravení túto zodpovednosť niesť na svojich pleciach.

Nedostatok informácií už dnes skutočne nie je problémom, skôr sa tým stáva to, ako si z tohto množstva zodpovedne vybrať tie užitočné, hodnotné – a čo je možno najdôležitejšie – tie pravdivé. Žijeme totiž v ére postfaktuálnej, kedy osobný názor, skúsenosť alebo emócia, má silnejšiu váhu ako fakty. Názor pána Alexeja, kuchára z Levoče, má rovnakú váhu ako výsledky výskumu renomovanej vedkyne. Osobný blog napísaný za hodinu vyzerá na prvý pohľad úplne rovnako ako investigatívny článok novinára, ktorý na ňom pracoval pol roka. Zaplavuje nás množstvo dezinformácií, hoaxov

a konšpiračných teórií, z ktorých každá ponúka iný pohľad na to, ako sa veci na svete v skutočnosti majú a kto môže za naše nevydarené životy. Konšpiračným teóriám dnes veria už štrnásťroční.

Mladí ľudia patriaci ku generácii Z žijú v dobe, kde najväčším platidlom na sociálnych sieťach je ich pozornosť a osobné dáta. Kde väčšinu obsahov, s ktorými sa stretávajú, im predostierajú algoritmy, sledujúce ich každodennú aktivitu, aby im mohli ponúkať taký obsah, ktorý ich „v sieti“ udrží čo najdlhšie. Algoritmy sociálnych médií zároveň spôsobujú to, že sa dostávajú k čoraz vyhotorenejším obsahom.

Žijú tiež v časoch, kedy zabúdiť do sekcie komentárov na sociálnej sieti k akémukoľvek príspevku, znamená vystaviť sa rôznym nenávisťným prejavom. A ani stretávanie sa s extrémistickými naratívmi nie je výnimkou. Súčasné výskumy hovoria, že za posledné roky výrazné stúpol počet študentov a študentiek, ktorí sa s extrémizmom a jeho prejavmi stretli ako na sociálnych sieťach, tak i v realite.

Generácia Z je generáciou vizuálnou, pred dlhými textovými príspevkami a „nudnými“ článkami dáva prednosť obsahom, ktoré zaujmú pozornosť skôr obrazom, či už statickým, alebo dynamickým. Nastáva odliv mladých ľudí z Facebooku a Instagramu smerom k TikToku a populárnym zostáva stále YouTube. A hoci by sa mohlo zdať, že pri sledovaní videí sú mladí ľudia pred dezinformáciami chránení, opak je pravdou. YouTube má dlhodobý problém s postupnou extrémizáciou ponúkaného obsahu a noví užívatelia TikToku sú nejakému typu dezinformácie vystavení približne do deviatich minút od registrácie.

Napriek svojmu mladému veku majú príslušníci tejto generácie za sebou už niekoľko veľkých spoločenských kríz – hovoríme najmä o kríze migračnej, koronakríze, vojne na Ukrajine, energetickej kríze a v neposlednom rade i o kríze

klimatickej. Každá z nich so sebou priniesla masívnu vlnu dezinformácií, ktoré značne oslabili dôveru v oficiálne zdroje, autority, odborníkov, vedu, či v demokratickú spoločnosť. Majú dopady na osobné životy mnohých z nás, na naše postoje, rozhodnutia, ale i na celú spoločnosť. Dokážu sa kvôli nim rozhádať dlhoroční priatelia i celé rodiny.

Hoci všetko vyššie spomínané môže pôsobiť bezútešne a bezvýhodiskovo, nie je to úplne tak. Dezinformácie tu koniec-koncov boli vždy a nepotrebovali na to internet ani sociálne siete. Tie len poskytli nové spôsoby, ako ich šíriť k väčšiemu množstvu ľudí. Každá generácia je v niečom iná, v niečom typická a malo by byť prirodzené, že sa v nejakej miere prispôbíme jej potrebám. Generácia Z určite potrebuje pomôcť k zodpovednejšiemu informačnému správaniu a mediálnej gramotnosti. To rodičia nedosiahnu tým, že budú neustále opakovať

svojim deťom, že na internete len strácajú čas. Učitelia a učiteľky to nedosiahnu tým, že budú svojim študentom a študentkám hovoriť, že z tých mobilov len hlúpnu. Dôležitou zásadou a receptom je najmä záujem. Záujem o potreby mladých a tiež o ich aktivity v online i offline prostredí. Človek, ktorý cíti úprimný záujem zo strany iných, je ochotný im načúvať a možno sa nechať i v niečom poučiť. V každom kroku, ktorý volíme v prístupe k mladým ľuďom a ich informačnému uvažovaniu a správaniu, myslíme na to, že raz ich názory, postoje, vedomosti a rozhodnutia môžu ovplyvniť to, akým smerom sa bude naša spoločnosť uberať – a to najmä ľudsky.

Kristína Blažeková

psychologička a lektorka mediálnej gramotnosti
OZ Zvol' si info
www.zvolsi.info



GENERÁCIE

Generácia je termín označujúci ľudí narodených v pomerne rovnakom časovom období väčšinou v rozpätí 30 rokov. Ľudí z konkrétnej generácie spája podobná charakteristika vyplývajúca z ich narodenia v pomerne rovnakom časovom období.

Zároveň tento termín označuje i príslušný časový úsek ako taký. Generačné spolupodieľanie sa na hodnotách je dané tým, že príslušníci jednej generácie vstúpili do života v rovnakom historickom období, ich záujmy, ciele a potreby boli ovplyvnené zhruba rovnakým sociokultúrnym prostredím.

STRATENÁ GENERÁCIA/ LOST GENERATION

(1883 – 1900)

Sociálna generačná kohorta, ktorá bola v ranej dospelosti počas 1. svetovej vojny. „Stratený“ v tomto kontexte označuje duše ľudí preživších prvú svetovú vojnu. Duše dezorientované, putujúce a zablúdené.

Tento výraz sa taktiež používa na označenie skupiny amerických spisovateľov – vystaľovalcov žijúcich v Paríži v 20. rokoch 20. storočia. Pre túto generáciu umelcov sa svet stal len chaosom plným nestabilných hodnôt. Boli sklamaní, plní dezilúzie a deprimovaní z prežitého. Ozajstné hodnoty hľadali v Európe a v Paríži. Pojem „lost generation“ sa pripisuje spisovateľke Gertrude Stein, spopularizoval ho Ernest Hemingway, ktorý ho použil ako motto („Vy všetci ste stratená generácia“) pre svoj prvý román Slnko aj vychádza.

Po priemyselnej revolúcii vyrástli západní príslušníci stratenej generácie v spoločnostiach, ktoré boli gramotnejšie, konzumnejšie a médiami nasýtenejšie než kedykoľvek predtým, ale ktoré tiež mali tendenciu zachovávať prísne konzervatívne sociálne hodnoty.

Mužskí príslušníci kohorty boli počas Prvej svetovej vojny mobilizovaní v masovom meradle a tento fakt je považovaný za definujúci moment ich životov. Ženy sa taktiež zúčastňovali na Prvej svetovej vojne a boli ňou zasiahnuté. Po jej skončení získali väčšie slobody a práva nielen v politickej oblasti života.

Stratená generácia bola tiež mimoriadne zasiahnutá pandémiou španielskej chrípky a mnohými kultúrnymi zmenami, ktoré nastali vo veľkých mestách, najmä v období búrlivých dvadsiatych rokov.

Neskôr zažili ekonomické dôsledky Veľkej hospodárskej krízy a často videli svojich vlastných synov odchádzať na bojiská Druhej svetovej vojny.

V Európe je známa aj ako „Generácia roku 1914“, teda podľa roka, kedy začala prvá svetová vojna. Vo Francúzsku, kde sa usadilo veľa emigrantov, je niekedy nazývaná ako Génération du feu (Generácia ohňa). Vo Veľkej Británii sa tento výraz pôvodne používal pre tých, ktorí zomreli vo vojne a často priamo vzťahoval na obete vyšších tried, ktorých smrťou sa krajina pripravila o budúce elity.

Okrem Hemingwaya, sú hlavnými predstaviteľmi tejto generácie umelci a spisovatelia ako Francis Scott Fitzgerald, T. S. Eliot, Gertrude Steinová, James Joyce, John Steinbeck, William Faulkner, Isadora Duncan, Ezra Pound, Henry Miller, Erich Maria Remarque, J. R. R. Tolkien, C. S. Lewis, Sergej Sergejevič Prokofiev, či George Gershwin.

GREATEST GENERATION/ G.I.GENERATION/ GENERÁCIA DRUHEJ SVETOVEJ VOJNY

(1901 – 1924)

Príslušníci tejto generácie boli formovaní Veľkou hospodárskou krízou a taktiež sa stali hlavnými účastníkmi 2. svetovej vojny. Pojem The Greatest Generation spopularizoval názov knihy z roku 1998 od amerického novinára Toma Brokawa. Brokaw je presvedčený, že títo muži a ženy nebojovali o slávu alebo uznanie, ale preto, že to bola správna vec. Táto kohorta sa označuje aj ako generácia 2. svetovej vojny. Taktiež sa označuje ako G.I. Generation. Iniciály „G.I.“ pochádzajú z americkej vojenskej terminológie a naznačujú, že táto generácia bola určená pre „Government Issue“ - pre potreby vlády.

V Spojených štátoch príslušníci tejto generácie dosiahli plnoletosť, boli deťmi alebo sa narodili počas progresívnej éry, prvej svetovej vojny a búrlivých dvadsiatich rokov, v čase ekonomickej prosperity s výraznými kultúrnymi transformáciami. Navyše tí, ktorí žili v rokoch 1918 až 1920, zažili smrteľnú pandémiu španielskej chrípky. Veľkú časť svojej mladosti zažili aj s rýchlymi technologickými inováciami (rozhlas, telefón, automobil) v rámci narastajúcich úrovní celosvetovej nerovnosti príjmu a prudko sa rozvíjajúcej ekonomiky. Po „Krachu na newyorskej burze“ (najväčší burzový krach v dejinách) zažila táto generácia hlboké ekonomické a sociálne nepokoje.



SILENT GENERATION/ TICHÁ GENERÁCIA

(1925 – 1945)

Napriek ťažkostiam vtedajšia literatúra, umenie, hudba a film prekvitali. Táto generácia zažila to, čo sa označuje ako „Zlatý vek Hollywoodu“. Množstvo populárnych filmových žánrov vrátane gangsteriek, muzikálových a komediálnych filmov a „monster movie“ prilákalo masové publikum. Veľká hospodárska kríza tiež výrazne ovplyvnila literatúru i nástup komiksov, ktoré boli medzi príslušníkmi tejto generácie obľúbené vďaka postavám ako Superman, či Batman. Vedľa jazzu, blues, folku a gospelovej hudby sa stal mimoriadne obľúbený swingový jazz. Preto sa na označenie tejto generácie zvykne používať i termín „Swing Generation“. V živote tejto generácie sa stala popularita rádia kľúčovým formujúcim faktorom, pretože milióny ľudí sa naladili na počúvanie „Rozhovorov pri krbe“ prezidenta Franklina D. Roosevelta a „hltali“ správy spôsobom, ako nikdy predtým.

Jej predstaviteľmi sú napríklad herci a herečky Clark Gable, Jan Werich, Jiří Voskovec, Greta Garbo, Josephine Baker, Vilma Jamnická, Lída Baarová, Louis de Funès, Ingrid Bergman, Judy Garland, Jozef Króner, Marlon Brando, Ladislav Chudík, Marcello Mastroianni, režiséri Pa'lo Bielik Vittorio De Sica Walt Disney Ingmar Bergman Leopold Lahola Akira Kurosawa, speváci a speváčky Frank Sinatra, Édith Piaf, Louis Armstrong, František Křištof Veselý, spisovatelia George Orwell, John Steinbeck Pablo Neruda Samuel Beckett Július Barč-Ivan Dominik Tatarka, výtvarníci Ludovít Fulla, Koloman Sokol, Salvador Dalí, Viktor Kubal.

Táto generácia je charakteristická svojim zameraním na pracovnú kariéru, ktorú uprednostňuje pred aktivizmom. Tichá je tiež preto, lebo vyrastala v dobách, kedy nebolo bezpečné navonok vyjadrovať svoj názor a postoje. Ľudia z tejto populácie vyrastali v okolnostiach, ktoré od svetovej hospodárskej krízy vyústili do druhej svetovej vojny, po povojnové obdobie, kedy sa na oboch stranách Železnej opony vyhraňovali postoje v érach povojnových vlád, či Mccarthizmu v Spojených štátoch. Táto generácia nemá veľké ambície, ale naučila sa ako čo najlepšie prežiť v tých najťažších situáciách. Vyznačuje sa nie príliš vysokou početnosťou. Príčinou boli finančné neistoty ich rodičov. Prvá generácia v histórii, ktorá bola početne menšia ako tá pred ňou. Napriek tomu, že sa rodili počas Veľkej hospodárskej krízy a Druhej svetovej vojny, v dospelosti sa dožili relatívne prosperujúcich podmienok v 50. a v začiatku 60. rokov 20. storočia. Bola u nich aj vyššia miera zamestnanosti, než to bolo u generácií pred nimi a u tých čo nasledovali po nich. Rovnako na tom boli zdravotne lepšie a mali aj skorší vek odchodu do dôchodku.

Známe osobnosti tejto generácie sú Marilyn Monroe, Mária Kráľovičová, Karol Machata, Steve McQueen, Clint Eastwood, Sean Connery, James Dean, Annie Girardot, Elizabeth Taylor, Radoslav Brzobohatý, Sophia Loren, Brigitte Bardot, Alain Delon, Robert Redford, Jack Nicholson, Dustin Hoffman, Anthony Hopkins, Vladimir Semionovič Vysockij, Milan Lasica, Chuck Norris, Al Pacino, Ennio Morricone, Quincy Jones, Elvis Presley, Karel Gott, John Lennon, Allen Ginsberg, Andy Warhol, Egon Bondy, Umberto Eco, Miloš Forman, Roman Polański, Sydney Pollack, Woody Allen, Dušan Hanák, Elo Havetta, Neil Armstrong.



GENERÁCIA BABY BOOMERS/POVOJNOVÁ GENERÁCIA

(1946 – 1964)

Generácia Baby boomers je označenie ľudí narodených počas ekonomickej prosperity v USA a inde vo svete nasledujúcej po 2. svetovej vojne. Označenie Baby boomers je späté s vyjadrením vzostupu pôrodnosti, boom doslova znamená "prudký rozmach". Baby boomers má dva významy: prudký rozmach počtu detí, ale aj deti, čo zažili prudký rozmach.

Americkí demografovia do tejto generácie rátajú ročníky 1946 až 1964 počas ktorých rástla pôrodnosť, napriek tomu, že od roku 1957 bol zaznamenaný už pokles v pôrodnosti. Aj na Slovensku v tomto období bola vysoká pôrodnosť, ktorá po vojne nepretržite rástla až do roku 1952.

V súčasnosti je Generácia Baby boomers vo vekovom rozpätí od 57 do 75 rokov, takže sa dostáva do dôchodkového veku. Táto skutočnosť podľa ekonómov výrazne zaťažuje sociálny systém krajiny.

Baby boomeri sú spájaní s postojmi, ktoré menili, prípadne nanovo prehodnocovali definície dovtedajších tradičných hodnôt. V Európe a v Severnej Amerike boomeri vyrastali v období nárastu blahobytu po rozsiahlych povojnových dotáciách do bývania a vzdelávania. V porovnaní s predchádzajúcimi, sa táto generačná skupina vo svojej dobe vyprofilovala ako najbohatšia, najaktívnejšia a najviac fyzicky zdatná. Boli prvou generáciou, ktorá očakávala lepšie časy a reálne do nich i vyrastala. Táto generácia skutočne dosahovala špičkovú úroveň príjmov, mala vyhovujúci prístup k potravinám, odevom, programovo sa dostávala k dôchodku a skutočne spoznala čo prináša kríza stredného veku. Ich nábeh smerom ku konzumnému spôsobu života býva pravidelne

kritizovaný za svoju neprimeranosť. Jednou zo zvláštností boomerov je, že aj oni sami seba vnímajú ako špeciálnu generáciu, ktorá je veľmi odlišná od tých, ktoré boli pred ňou. V 60. rokoch 20. storočia, kedy pomerne veľká časť tejto generácie dospievala, sa ustálil špecifický spôsob vyjadrovania a vnímania, ktorý reflektoval ich vlastnú identitu a zmeny, ktoré ich sprevádzali. Táto rétorika bola pre boomerov významná. Začali mať tendenciu definovať svet z pohľadu generácií, čo bol v tom čase relatívne nový fenomén. Generácia Baby boomers bola opisovaná ako šoková vlna, či akési „prasa v pytónovi“, ktoré časom ako podlieha konzumu, prerastie toho hada, ktorého v mladosti voči spoločnosti predstavovalo.

Tieto ročníky boli príliš mladé nato, aby si v pamäti uchovali spomienky na Druhú svetovú vojnu, no boli zároveň dosť staré, aby si osvojili povojnový (americký) kultúrno-spoločenský vývoj. V Spojených štátoch je možné túto generáciu deliť na dva základné segmenty: úvodnou časťou baby boomerov sú tí, ktorí sa narodili medzi rokmi 1946 až 1955 a sú spájaní s érou, kedy dominovali témy Vietnamskej vojny.

Len v Spojených štátoch sa medzi rokmi 1946-1964 narodilo 76 miliónov detí. V roku 2004, Briti z generácie Baby boomers vlastnili 80% všetkého majetku Spojeného kráľovstva, kúpili 80% automobilov najvyššej triedy, 80% vyrobených jacht a 50% vyrobených prostriedkov určených na starostlivosť o pleť.

Baby boomerov odlišuje od iných generačných skupín i skutočnosť, že už od chvíle, kedy sa táto kohorta identifikovala, boomeri boli zanalyzovaní modernými marketingovými expertmi, ktorí znásobili ich pocit generačnej odlišnosti.

V Spojených štátoch v prieskumoch zistili, že takmer tretina opýtaných z generácie baby boomers by dedičstvo radšej poskytla charite, než by ho odkázala svojim potomkom. 57% z nich verí, že každá generácia by si mala svoj majetok nadobudnúť vlastnými silami, 54% verí, že peňažné prostriedky bolo na deti potrebné vynakladať iba počas obdobia, kedy vyrastali.

Boomers vyrastali v období dramatických sociálnych zmien. V Spojených štátoch táto zmena generáciu poznačila silným kultúrnym štiepením na konzervatívcov (republikánov) a liberálov (demokratov). Toto rozdelenie spoločnosti sa odohráva od čias vojny vo Vietname a výsledkom je politická rozpoltenosť v krajine.

Prvá polovica boomerov dospievala na celom svete do spoločných časov. Mali zážitky, akými bola Beatlemánia, či festival vo Woodstocku, prejavovali odpor voči vojne vo Vietname, ale v tejto vojne aj umierali. Politicky mali prvé ročníky boomerov bližšie k demokratom, neskôršie viac sympatizovali s republikánmi. V začiatkoch 80. rokov sa boomeri stali viac konzervatívnymi a mnohí ľutujú kultúrne zmeny, ktoré iniciovali v mladosti.

V roku 1985 sa realizovala štúdia (Schuman a Scott), kde respondentov oslovili s otázkou: Čo bolo pre vás v posledných 50 rokoch výnimočne dôležité?

Skupina Baby boomers narodená v rokoch 1946-55, ktorá symbolizovala kultúrne zmeny šesťdesiatych rokov označila tieto udalosti: Studená vojna (asociovaná „červenou hrozbou“), Kubánska raketová kríza, atentáty na Johna a Roberta Kennedyovcov, Martina Luthera Kinga, politické nepokoje, Program Apollo, riziko povolania do vojny vo Vietname,

či skutočnej vojenskej služby v tejto vojne, sociálne experimenty, sexuálna sloboda, experimentovanie s drogami, boj za občianske práva, ekologické hnutie, hnutia za práva žien, protesty a nepokoje a Woodstock.

Hlavné charakteristiky: sklony k experimentovaniu, individualizmus, slobodná myseľ, orientácia na sociálne témy.

Skupina Baby boomers narodená v rokoch 1956–64 akcentovala nasledujúce udalosti: Studená vojna (asociovaná „červenou hrozbou“), Kubánska raketová kríza, atentáty na Johna a Roberta Kennedyovcov, Martina Luthera Kinga, prvé kroky na Mesiaci, Aféra Watergate a Nixonova rezignácia, zníženie veku pre povolenie pitia alkoholu z 21 na 18 rokov v niektorých štátoch. Za významné považovali embargo po ropnej kríze v roku 1973, rastúcu infláciu, hospodársku recesiu, nedostatok pracovných príležitostí po ukončení štúdiá, iránska rukojemnícka kríza, či Live Aid.

Hlavné charakteristiky: menej optimizmu, nedôvera k vláde, celkový cynizmus.

GENERÁCIA X/HUSÁKOVE DETI/DETI S KLÚČOM NA KRKU

(1965 – 1979)

Generácia X, či Gen X je demografická kohorta, ktorá je definovaná od začiatku až polovice 60. rokov do konca 70. až začiatku 80. rokov 20. storočia. V západných krajinách pri Generácii X ide v porovnaní s tými, ktoré ju ohraničujú: Baby boomermi a Millenials, o slabšiu kohortu, no v prípade bývalého Československa sa začiatkom tohto obdobia vyskytol fenomén, ktorý je dnes známy ako Husákove deti.

Členmi Generácie X boli deti, ktoré vyrastali v období posunu sociálnych hodnôt a niekedy boli aj prezývané ako „deti s kľúčom na krku“. Bolo to z dôvodov redukcie možností dohľadu zo strany dospelých. Príčina bola v zmenách v generačnom spolunažívaní, v náraste rozvodovosti a zvyšovaní podielu zamestnaných matiek, ktoré uprednostnili pracovnú kariéru pred domácou starostlivosťou o deti. V adolescentom veku a v období začínajúcej dospelosti boli títo jedinci označovaní aj ako „MTV Generation“. Charakterizovali ich ako lenivých, cynických a nespokojných jedincov. V strednom veku sú podľa výsledkov výskumov aktívni, šťastní a dosahujú rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom. Tejto demografickej kohorte sa pripisujú výrazné tendencie k podnikaniu.

Husákove deti je označenie generácie narodenej v silnej populačnej vlne v bývalom Československu, ktorá sa začala v čase tzv. „normalizácie“ začiatkom 70. rokov 20. storočia. V tej dobe bol prvým, neskôr generálnym tajomníkom KSČ a od roku 1975 prezidentom Gustáv Husák.



GENERÁCIA Y/ MILLENNIALS/DETI MILÉNIA

(1980 – 1995)

V čase po nástupe normalizácie v roku 1969 narastala štátna podpora populačnej politiky. Pozvoľný nárast pôrodnosti zodpovedá nárastu počtu detí po druhej svetovej vojne. V roku 1947 bolo zavedené pôrodné ako jednorazový príspevok pri narodení dieťaťa. Pôrodné bolo vo výške 500 Kčs do roku 1956, 650 Kčs do 1968, 1000 Kčs do 1971 a 2000 Kčs do 1989 roku. Prídavky na deti, ktoré existovali od roku 1945 sa od menovej reformy 1953 neustále navyšovali až do roku 1986. Relatívne výhodné mladomanželské pôžičky začali byť poskytované od apríla 1973 (napríklad 30 000 Kčs na zariadenie bytu so splatnosťou 10 rokov a úrokom 1%). Rodinám s deťmi boli zvýhodnené pri poskytovaní bývania. Vysoká pôrodnosť, ktorá sa blížila ku 300 000 detí a býva často považovaná práve za výsledok tejto politiky. K zvýšeniu pôrodnosti na začiatku 70. rokov mohlo tiež prispieť odloženie plánovaného rodičovstva v čase neistoty po invázii sovietskych vojsk do ČSSR v roku 1968 a následných búrlivých udalostiach roku 1969.

Ďalším faktorom nárastu pôrodnosti v začiatku 70. rokov bolo, že rodiny zakladala prvá výrazná populačná vlna ľudí narodených po 2. svetovej vojne. Vzhľadom na to, že najväčší počet narodených detí v Česku bol v roku 1974 a potom už klesal, je pravdepodobné, že normalizačné finančné podnety nemali až taký vplyv, ako sa predpokladá. Koncom 70. rokov 20. storočia sa početnosť novonarodených detí v Česku začala približovať k bežnej úrovni. Na Slovensku vrcholila v rokoch 1978 a 1979, keď sa narodilo viac ako 100 000 detí. Na konci normalizácie (90. roky) bol počet narodených detí dokonca menší, než v roku 1969. Po Nežnej revolúcii vzhľadom ku spoločenským zmenám, najmä ekonomickej neistote, pôrodnosť prudko klesla.



Taktiež sa nazývajú Net Generation (Generácia Sieť), Generation 9/11, Generation Next, The Burnout Generation (Vyhoretá Generácia) a Generation Me (Generácia Ja). Generácia Y sú z väčšej časti deti rodičov, ktorí sa narodili v povojnových rokoch, generácii Baby boomerov a starších členov Generácie X. V dôsledku prirodzeného nárastu pôrodnosti v 80. a 90. rokoch, ktorý bol spôsobený faktom, že rodiny si zakladali príslušníci početnej generácie Babyboomerov sa zvyknú nazývať aj Echo boomers. V dôsledku technologických a globálnych spoločenských zmien ľudia na celom svete posúvajú hranicu veku kedy uzatvárajú manželstvo. Mileniáli sa narodili do trendu celosvetového poklesu miery plodnosti u oboch pohlaví. Majú menej detí ako ich predchodcovia. Príslušníci Generácie Y v rozvojových krajinách budú aj naďalej predstavovať väčšinu globálneho populačného rastu. V rozvinutom svete mali mladí ľudia v roku 2010 menší sklon k pohlavnému styku v porovnaní so svojimi predchodcami, keď boli v rovnakom veku.

Mileniáli boli opísaní ako prvá globálna generácia a prvá generácia, ktorá vyrastala v dobe internetu. Generácia sa spravidla vyznačuje zvýšeným používaním a znalosťou internetu, mobilných zariadení a sociálnych médií. Preto sa niekedy označujú aj ako digitálni domorodci. V rokoch 1990 až 2010 sa zvýšila vzdelanosť u populácie z rozvojových krajín, čo spôsobilo ich hospodársky rast. Mileniálov na celom svete postihli viaceré ekonomické problémy počas ich produktívneho života. Mnohí čelili vysokej nezamestnanosti počas svojich raných rokov na trhu práce v dôsledku Veľkej recesie (celosvetová finančná kríza z roku 2009) a o dekádu neskôr ich zasiahla ďalšia recesia

spôsobená pandémiou COVID-19. Obe recesie u tejto generácie spôsobili historicky najvyššiu úroveň nezamestnanosti.

Charakteristiky Generácie Y sa odlišujú v závislosti od sociálneho a ekonomického stavu jednotlivých regiónov. V širšom zmysle sa táto kohorta vyznačuje priaznivým vzťahom k digitálnym technológiám, a médiám. Vo väčšej časti sveta bola ich výchova poznačená zvýšeným liberálnym prístupom k politike a ekonomike.

Americká sociologička Kathleen Shaputis označila mileniálov za generáciu bumerangu alebo generáciu Petra Pana, pretože jej príslušníci majú tendenciu odďaľovať niektoré prechodové rituály, odmietajú dospelosť v omnoho vyššej miere ako väčšina generácií pred nimi. Žijú napríklad so svojimi rodičmi dlhšie ako predchádzajúce generácie. Súvisí to i s faktami ako sú vysoké náklady na bývanie a vysokoškolské vzdelávanie. Následne vzniká redefinícia pojmu „čo to znamená byť dospelým“ a následne sa definuje nová životná etapa nazvaná Emerging Adulthood (Vznikajúca dospelosť). Vysokoškolskí študenti častejšie definujú „dospelých“ na základe určitých osobných schopností a vlastností, než tradičných udalostí „prechodových rituálov“. Larry Nelson poznamenal, že „V predchádzajúcich generáciách sa zosobášite, začnete kariéru a urobíte to okamžite. To, čo dnes mladí ľudia vnímajú je, že tento prístup viedol k rozvodom, k ľuďom nespokojným so svojou kariérou ... Väčšina chce vstúpiť do manželstva, ale chcú to urobiť správne hneď na prvýkrát a to isté chcú urobiť so svojou kariérou.“

Mileniáli sú generácia so zvýšenou mierou sebadôvery a tolerancie, ale taktiež veria, že si oprávnené a zo samej podstaty zaslúžia privilégia alebo špeciálne zaobchádzanie. Vyznačujú sa narcizmom. Autori William Strauss a Neil Howe tvrdia, že každá generácia má spoločné vlastnosti, ktoré jej dodávajú špecifický charakter na základe štyroch základných generačných archetypov. Tie sa cyklicky opakujú. Podľa ich hypotézy predpovedali, že mileniáli sa budú viac podobať občiansky zmýšľajúcej G.I. Generácii so silným zmyslom pre komunitu na lokálnej i globálnej úrovni. Pripisujú Mileniálovi sedem základných čŕt: jedinečnosť, chránenosť, sebavedomie, orientovanosť na tím, konvenčnosť, pocit tlaku, ťah na bránku.

Hoci sa často hovorí, že mileniáli ignorujú konvenčnú reklamu, v skutočnosti sú ňou výrazne ovplyvnení. Obzvlášť citlivo sa dovoľávajú transparentnosti, preferujú zážitky pred vecami a vyžadujú flexibilitu. Štúdia spoločnosti Microsoft z roku 2015 zistila, že 77% respondentov vo veku od 18 do 24 rokov sa stotožnilo s výrokom „Keď nič nezamestnáva moju pozornosť, prvá vec, po ktorej siahnem je môj mobil. Počítačové hry a počítačová kultúra viedli k zníženiu počtu čítaných kníh. Tendencia učiteľov „učiť na skúšku“ tiež viedla k zníženiu schopnosti myslieť laterálne.

GENERÁCIA Z

(1996 – 2009)

Taktiež Gen Z, hovorovo aj Zoomers, Post-Millennials, iGeneration, Plurals, alebo Homeland Generation. Väčšia časť členov tejto generačnej kohorty sú potomkovia Generácie X, no môžu byť medzi nimi i potomkovia Mileniálov.

Keďže ide o prvú spoločenskú generáciu, ktorá nezažila život pred príchodom internetu a mala už od útleho veku umožnený prístup k prenosným digitálnym technológiám, napriek tomu, že nemusia byť nevyhnutne digitálne gramotnými, dostali aj jej členovia prezývku digitálni domorodci. Negatívny vplyv času, ktorý trávajú pri obrazovkách sú najvýraznejšie pri dospievajúcich jedincoch tejto generácie. V porovnaní s predchádzajúcimi generáciami, majú členovia Generácie Z v rozvinutých krajinách silnejší sklon k slušnému správaniu, zdržanlivosti a averzii voči riziku. Oproti svojim predchodcom sú na svoj vek pomalší, majú zníženú tendenciu k materstvu v dospievajúcom (tínedžerskom) veku a menej často konzumujú alkohol, čo sa však netýka konzumácie návykových drog. Javí sa, že tínedžeri sa sú viac zameraní na dosiahnutie akademických titulov a na perspektívu zamestnania. Dávajú im prednosť pred okamžitým uspokojením svojich potrieb. Napriek počiatočným obavám sú na tom v tomto smere omnoho lepšie, ako generácie zo 60. rokov 20. storočia. Na druhej strane u tejto generácie prevláda sklon k tzv. sextingu, čiže odosielaniu, prijímaniu alebo preposielaniu sexuálne explicitných správ, fotografií alebo videí.

Globálne sa priemerný vek nástupu puberty u dievčat v tejto generácii, v porovnaní s dvadsiatym storočím, výrazne znížil. U adolescentov a mladých dospelých sa vo vyššej miere vyskytujú alergie, zvýšená precitlivosť a diagnostikujú sa u nich problémy s duševným zdravím. Častejšie trpia aj nespavosťou. Už v mladom veku majú vyššiu pravdepodobnosť sklonu k mentálnym poruchám. V niektorých európskych krajinách sa i u elit tejto generácie objavil pokles kognitívnych schopností. Na celom svete, v porovnaní s predchádzajúcimi generáciami, trávajú členovia Generácie Z viac času

na svojich elektronických zariadeniach a menej času venujú čítaniu kníh. Ovplyvňuje to ich pokles pozornosti, slovnú zásobu, školský prospech, ako aj ich budúce postavenie v modernom ekonomickom systéme.

Gen Z je vzdelanejšia, dobre vychovaná, vystresovaná a depresívna v porovnaní s predchádzajúcimi generáciami. Zoomeri sa javia ako celkovo spokojní so stavom vecí vo svojom osobnom živote. Najdôležitejším zdrojom šťastia je byť fyzicky a duševne zdravý, mať dobrý vzťah s rodinou a s priateľmi. Náboženstvo pre nich nehrá kľúčovú úlohu. Hlavnými dôvodmi úzkosti a stresu sú peniaze a škola. Generáciu Z najviac ovplyvňujú ich rodičia, priatelia a učitelia. Najmenej sa nechajú ovplyvniť známymi osobnosťami a politikmi. Vo všeobecnosti sa mladí muži nechajú viac ovplyvniť športovcami a politikmi, než mladé ženy, tie uprednostňujú literatúru a fiktívne postavy. Najdôležitejšími faktormi pre ich súčasnú alebo budúcu kariéru je možnosť zdokonaľovať svoje zručnosti a príjem. Nezaujíma ich sláva, tá je pre nich zanedbateľnou motiváciou. Rovnako sa však nezaujímajú o to, či inštitúcia, pre ktorú pracujú má pozitívny dopad na svet. Ak Zoomeri uvažujú o budúcnosti myslia hlavne na svoje rodiny a zdravie. Blaho sveta a ich miestne komunity stoja mimo ich záujmu.

Ak je predchádzajúca generácia Mileniálov označovaná aj ako Digitálni domorodci, tak Zoomeri sú Neodigitálni domorodci. Digitálni domorodci primárne komunikujú textom, či hlasom, tí neodigitálni sú zameraní na videá a filmy. Je to podmienené presunom neodigitálnej generácie od počítačov k mobilom a od textu k videám.

Gen Z sa viac zaujíma o bežnejší životný štýl s obyčajnými cieľmi, ako sú dokončenie školy, vlastný dom na predmestí, udržiavanie priateľských a rodinných vzťahov a stabilné zamestnanie. Sú menej orientovaní na populárnu kultúru, na svoj výzor a konzum.

Zdá sa, že hranice medzi rôznymi subkultúrami Zoomerov sa zmazali a to, čo prevláda sú nostalgické nálady. Jednou z dominantných subkultúr Generácie Z je Cottagecore. Estetika oslavujúca idealizovaný vidiecky život. Jej móda sa sústreďuje na tradičné vidiecke odevy, inšpiráciu tam hľadá aj interiérový dizajn, obľúbené sú tradičné remeslá. Cottagecore sa ešte viac spopularizovala na rôznych sieťach sociálnych médií v dôsledku zdravotných opatrení a lockdownov počas pandémie COVID-19. Pre Zoomerov je to forma úniku a nostalgická túžba po starých časoch sa transformuje do rastúcej popularity vintage módy.

Generácia Z uprednostňuje pobyt doma a sledovanie televízie alebo sociálnych sietí pred návštevou múzeí či galérií. Trávia na internete v priemere tri hodiny denne, Netflix používa približne 70% Zoomerov a iba 10% sleduje svoje obľúbené programy v televízii. Spomedzi tých, ktorí sledujú svoje programy „on-demand“, tak väčšina robí na svojom mobilnom telefóne, potom nasleduje televízor, tablet, herná konzola a notebook. U Gen Z je zaznamenaný pokles čítania s porozumením. Je to spôsobené i stratou záujmu o dobrovoľné čítanie literatúry. Následne sa u tejto generácie výrazne znižuje slovná zásoba, čo spôsobuje zníženie sebavedomia a vedie k rôznym behaviorálnym

a sociálnym problémom. Bez ohľadu na príčiny, nízka úroveň slovnej zásoby vytvára limity pre gramotnosť, porozumenie a schopnosť učiť sa. Chudobný jazyk začína ovplyvňovať všetky ostatné aspekty života.

Generácia Z je v politických a sociálnych otázkach podobná Mileniálov. Zoomeri sú prevažne progresívni a väčšina z nich očakáva, že štát zohrá aktívnu rolu pri riešení ich problémov. Na rozdiel od starších generácií, ktoré prijímajú správy najmä z televízneho spravodajstva, Generácia Z získava informácie predovšetkým zo sociálnych médií. V Európe čoraz viac Zoomerov spochybňuje svoju ľavicovú orientáciu a prechádzajú k pravému extrémizmu. Príslušníci Generácie Z v krajinách G20 uprednostňujú vo verejnej politike nacionalistický prístup pred globalistickým. V mnohých európskych demokraciách sú národno-populistickí politici a politické strany najobľúbenejšími medzi voličmi mladšími ako 40 rokov.

Príslušníci Generácie Z vo veľkej miere podporujú práva LGBTQ komunity. V roku 2020 väčšinou podporili hnutie Black Lives Matter v USA.

Generácia Z verí viac ako ostatné generácie, že zmena klímy je skutočná, a podporuje aktivity ako School Strike for Climate. Bolo to jedno z prvých politických hnutí, ktoré primárne viedla Generácia Z. K hnutiu sa hlásia milióny mladých ľudí na celom svete, inšpirovaní švédskou aktivistkou Gretou Thunberg, ktorá zahájila protesty za väčšiu akciu v boji proti klimatickým zmenám.



GENERÁCIA ALFA

(2010 – súčasnosť)

Nazývaní aj screenedžeri, Generácia skla. Označenie podľa počiatočného písmena gréckej abecedy „Alfa“ dostala táto generačná kohorta preto, že ide o prvú generáciu, ktorá má definovaný štartovací rok narodenia pre 21. storočie. Väčšina členov Generácie Alfa sú potomkovia Generácie Y.

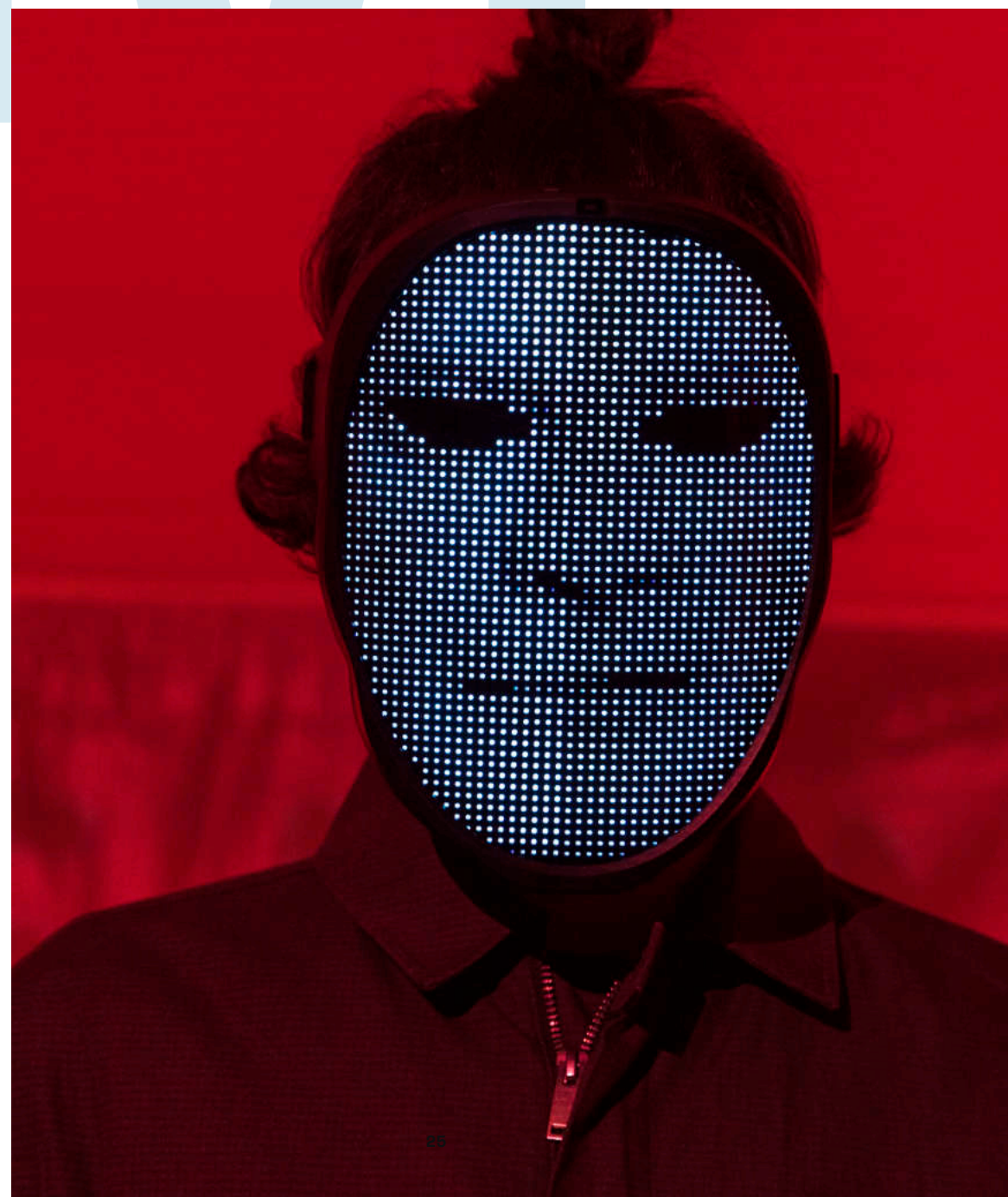
V roku 2015 sa na celom svete každý týždeň narodilo asi dva a pol milióna ľudí. Očakáva sa, že generácia Alfa dosiahne do roku 2025 dve miliardy. OSN odhaduje, že počet ľudí v populácii dosiahol v roku 2020 asi 7,8 miliárd. Pre porovnanie v roku 1950 žilo na svete 2,5 miliardy obyvateľov. Rok 2018 bol prvým rokom, kedy počet ľudí nad 65 rokov (705 miliónov) prevýšil počet ľudí vo veku od nula do štyroch rokov (680 miliónov). Inými slovami, išlo o prvý rok, v ktorom bolo viac starých rodičov ako vnúčat. Ak budú súčasné trendy pokračovať, pomer týchto dvoch vekových skupín bude v roku 2050 vyrovnaný. Miera plodnosti na celom svete klesá vďaka zvyšovaniu životnej úrovne, lepšiemu prístupu k antikoncepcii a zlepšeným vzdelávacím a ekonomickým príležitostiam.

Už od detstva sú účasťou života veľkej časti Generácie Alfa smartfóny a tablety. Zavedenie používania týchto zariadení u dojčiat, batoliat, či detí v predškolskom veku začal narastať práve v dekáde po roku 2010. Dá sa povedať, že asi 90% malých detí bolo od jedného roka v priamom kontakte s vreckovým elektronickým zariadením, v niektorých prípadoch ich deti začali používať už keď mali iba pár mesiacov. Niektorí rodičia požívali tieto elektronické médiá simultánne spolu s cumlíkmi na tíšenie detí, no sú bežné prípady, že sú na tíšenie detí tejto generácie používané len digitálne médiá. Elektronické médiá sa stali pre túto generáciu aj v neskoršom veku súčasťou vzdelávacích pomôcok. V reálnom živote sú ich rodičia, ktorí vo veľkej miere patria ku generácii Mileniálov, silnou vrstvou užívateľov sociálnych sietí.

Generácia Alfa takto rastie aj vo virtuálnom sociálnom prostredí. Narodenie do tohto prostredia, v ktorom je všadeprítomné používanie elektronických zariadení a sociálnych sietí nastavuje odlišný spôsob myslenia a má svoje vlastné výzvy: počítačovú šikanu, závislosť na obrazovke a nevhodný obsah.

Prvá vlna Generácie Alpha dosiahne dospelosť po roku 2030. Očakáva sa, že v tejto dobe bude ľudská populácia na úrovni necelých deviatich miliárd a svet bude mať vôbec najvyšší podiel ľudí vo veku nad 60 rokov. Znamená to, že práve táto demografická skupina bude nositeľom bremena starnutia populácie.

Zdroj: www.wikipedia.com





V inscenácii je použitý úryvok textu ľudovej piesne (Bardejovská Nová Ves, 1954)
z publikácie Medzi toleranciou a bariérami. Obraz Rómov a Židov v slovenskom folklóre
(KREKOVIČOVÁ, Eva. Bratislava: Acad. Electr. Press, 1999)

Nahrávka scénickej hudby: Tereza Hladká (klavír a spev)
a Martin Ťažký (violončelo a zvuková postprodukcia)

Bulletin zostavili: Tereza Hladká a Valeria Schulczová
Grafické spracovanie: Radim Blaho
Fotografie z inscenácie: Ľuboš Kotlár

